

**INTERKULTUROWA
KOMUNIKACJA USTNA
W POLSKO-ROSYJSKIEJ FIRMIE**

**МЕЖКУЛЬТУРНАЯ
УСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В ПОЛЬСКО-РОССИЙСКОЙ ФИРМЕ**

Grzegorz A. Ziętała

**INTERKULTUROWA
KOMUNIKACJA USTNA
W POLSKO-ROSYJSKIEJ FIRMIE**

**МЕЖКУЛЬТУРНАЯ
УСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В ПОЛЬСКО-РОССИЙСКОЙ ФИРМЕ**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu RZESZOWSKIEGO
RZESZÓW 2006

Recenzowała
prof. dr hab. KRYSZYNA IWAN
Uniwersytet Szczeciński

Projekt okładki
KATARZYNA CWCYNAR

**Skrypt dla studentów
filologii rosyjskiej**

© Copyright by
Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2006

ISBN 978-83-7338-159-9

246

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO
35-959 Rzeszów, u.Cegielniana 12, tel. 872 13 69, tel./fax 872 14 26
Wydanie I; Format B5; Ark. wyd. 9,50; Akr. druk. 14,50
WYKONANO W DRUKARNI UR W RZESZOWIE

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	7
1. Создание фирмы.....	9
2. Типы фирм.....	26
3. Торговля с Россией.....	33
4. Инвестиции и приватизация.....	62
5. Посещение фирмы.....	80
6. Собеседование.....	92
7. Деятельность фирмы.....	107
8. Реклама.....	120
9. Начнем переговоры.....	134
10. Обсудим условия платежа.....	155
11. Поговорим о ценах.....	174
12. Разговор по телефону.....	182
Слова, словосочетания и языковые конструкции.....	201
Библиография.....	230

WSTĘP

Skrypt „Interkulturowa komunikacja ustna w polsko-rosyjskiej firmie” został przeznaczony dla polskich przedsiębiorców pragnących współpracować z Rosją i krajami WNP, studentów filologii rosyjskiej z wysokim poziomem językowym, dla kursów rosyjskiego języka biznesu, a także wszystkich osób znających ogólny język rosyjski i pragnących zapoznać się z terminologią z dziedziny biznesu.

Skrypt zawiera informacje o stanie gospodarki rosyjskiej, rosyjskim prawodawstwie z dziedziny biznesu, zawiera podstawowe terminy wraz z ich definicjami i tłumaczeniami na język polski, oraz tematykę związaną z Unią Europejską.

Składa się z 12 tematów: *Założenie firmy, Typy firm, Handel z Rosją, Inwestycje i prywatyzacja, Odwiedzamy firmę, Rozmowa kwalifikacyjna, Działalność firmy, Reklama, Rozpoczynamy rokowania, Omawiamy warunki płatności, Podyskutujmy o cenach, Rozmowa telefoniczna.*

Na końcu skryptu zamieszczono spis słownictwa, zwrotów i konstrukcji, które należy opanować po ukończeniu kursu nauki języka biznesu.

Selekcja materiału została dokonana w związku z rozwojem kontaktów gospodarczych między Polską a Rosją oraz wymogami w zakresie nauczania rosyjskiego języka biznesu w szkołach i na uczelniach.

1. СОЗДАНИЕ ФИРМЫ

🇷🇺 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

<i>Кто он?</i>	<i>Он</i>	<i>экономист</i>
		<i>менеджер</i>
		<i>президент компании</i>
		<i>секретарь</i>
		<i>директор фирмы</i>

Я – бизнесмен
По профессии я бизнесмен

☺. *Представьте, используя модели и слова для вставки:*

Я -
По профессии я



ПОДСКАЗКА:

бухгалтер, программист, экономист, агент по рекламе, адвокат.

☺. *Прочитайте диалог. По его образцу составьте собственный, изменив имена и должности лиц.*

- Здравствуйте господа. Давайте познакомимся. Я – Борис Михайлов, директор фирмы „Форум”.
- Очень приятно, господин Михайлов. Я – представитель компании „Центрум”. Меня зовут Анжей Козловски. А это мои коллеги: господин Киселевски – главный бухгалтер, господин Новак – менеджер компании.
- Очень приятно, господа. Рад Вас видеть. Садитесь, пожалуйста. Вам чай или кофе?

☺. *В ваш офис пришел коллега из Москвы. Представьте ему сотрудников фирмы. Как Вы представите женщин, а как мужчин? Как директора, а как секретаря?*

ЮМОР

Шеф обращается к своему бухгалтеру: - Вы в моей фирме работаете более 10 лет и ни разу не просили о прибавке к жалованию. Что за темные делишки вы здесь проворачиваете?!

☺. *Представьте Ваших сотрудников партнеру из Новгорода.*

Обратите внимание!

*я сотрудничаю
ты сотрудничаешь
он, она сотрудничает*

*мы сотрудничаем
вы сотрудничаете
они сотрудничают*

✍ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Я надеюсь, что мы будем сотрудничать.

Я надеюсь на наше сотрудничество.

Я надеюсь, что мы будем партнерами.

☺. *Прочитайте текст, переведите выделенные словосочетания:*

Я – генеральный директор фирмы „Форум”. Меня зовут Борис Михайлов. Мой коллега - президент польской фирмы „Центрум” пан Анжей Козловски. Он приехал из Варшавы. У него есть филиал компании в Гданьске и Москве.

Сегодня у нас были важные переговоры о сотрудничестве. У нас есть интересные предложения. На совещании были польские представители компании. Это была полезная и важная встреча.



Тест на способность к бизнесу

1. Вы ведете себя наедине так же, как когда за вами наблюдают?
2. Считаете ли Вы себя главой семьи?
3. Считаете ли хитрость полезным качеством?
4. Можете ли заговорить на улице с незнакомым человеком?
5. Знаете ли, какой цвет нынче в моде?
6. Едете ли в городском транспорте без билета, если забыли дома карточку?
7. Завидуете ли успеху Ваших знакомых?
8. Обращаетесь ли „на Вы” к Вашим старшим по возрасту родственникам?
9. Способны ли Вы устно и быстро рассчитать, сколько будет 3% от 3%?
10. Приходите ли вовремя в кино?
11. Приходите ли вовремя на свидание?
12. Считаете ли нужным давать „на чай”?
13. Переживаете ли, если Вас обсчитают на рубль?
14. Помните ли дату рождения своего начальника?

15. Садитесь ли в городском транспорте на более свободное место?
16. Садитесь ли в такси только на заднее сидение?
17. Любите ли писать в жалобные книги?
18. Считаете ли, что всегда достаточно одного предупреждения?
19. Знаете ли, какие денежные единицы существовали в Древнем Риме?
20. Способны ли оставить чемодан на вокзале на совершенно незнакомого человека?

Полностью положительный ответ на каждый вопрос дает 10 баллов, полностью отрицательный – 0 баллов. Промежуточные ответы оцениваются „на глаз” между 0 и 10 баллами. Если ответ на какой-либо вопрос для Вас затруднителен, ответ 5 баллов. Сложив все Ваши баллы, заглядываете в ключ теста.

Ключ к тесту:

200-120 баллов – Вы прирожденный бизнесмен. Однако, если Вы получили эти баллы в результате подглядывания в ответ, вычтите из суммы 80 баллов и ориентируйтесь по новому результату.

110-119 баллов – Вы обладаете не всеми нужными качествами бизнесмена, но у Вас реальные шансы добиться успеха в бизнесе; некоторую помощь при этом Вам окажут размышления о причинах потери баллов.

50-99 баллов – видимо, в бизнесмены Вам не выбиться, но судя по всему, Вы правдивы, порядочны, у Вас неплохой характер – так что не все потеряно в жизни.

☺. *Прочитайте текст. Скажите, какова процедура создания иностранцем фирмы в Польше?*

Процесс регистрации фирм в Польше

1. Клиент, решающий зарегистрировать фирму должен четко определить название фирмы, количество компаньонов, основные направления деятельности, размер уставного капитала (минимальный размер, которого составляет 50000,00 польских злотых - чуть менее 12350,00 \$). Присутствие обязательно при подписывании перед нотариусом нотариального Акта о договоре о создании фирмы. Если клиент не может прибыть в Варшаву самостоятельно, он оформляет нотариальную доверенность (образец прилагается) на полномочия представлять его интересы перед нотариальными, судебными и государственными органами при регистрации фирмы, которая оформляется, заверяется у нотариуса, и клиент направляет его в Варшаву вместе с ксерокопией своего

загранпаспорта, диплома или документа подтверждающего квалификацию и 4 фотографии размером 4х6. Передача пакета документов должна быть произведена непосредственно в руки лица, оформляющего регистрацию. Оплата регистрации фирмы производится в качестве 100% предоплаты и должна поступить вместе с документами в размере 2500,00 \$ (оформление длится до 2 месяцев) плюс 500\$ за каждого учредителя.. Оплату можно переслать в Варшаву с помощью Банка Америкен Экспресс или Вестерн Унион на адрес фирмы, либо перечислением на оформляющие лица (Польский Клуб) в Москве или Варшаве. В стоимость входит: нотариальные и судебные оплаты, оплаты присяжных переводчиков и первая оплата в Воеводском Управлении Труда, услуги по оформлению и курьерские услуги.

2. После судебных и нотариальных оформлений, документы вносятся в Воеводское Управлении Труда, где получается согласие соответствующих органов на получение зарплаток на территории Польши.

3. Оформленные и полученные в Польше документы передаются в необходимом комплекте клиенту через Польский Клуб. Клиент прикладывает к пакету справку о несудимости в своей стране (справки по России принимаются только, выданные в ГИЦ МВД Республики) и сдает документы на визу в Консульство Республики Польша по месту жительства (данная виза первично оформляется только по месту жительства, в Варшаве оформляется дальнейшее продление). Срок оформления данной визы длится до 15 дней, а стоимость консульского сбора, в настоящий момент, составляет - 60,00 \$.

4. После получения полугодичной, а если повезет, то годичной визы клиент прибывает в Польшу, оформляет аренду помещения и временную прописку. С ксерокопией визы и прописки клиент в Воеводском Управлении Труда заканчивает оформление разрешения на работу (никаких финансовых затрат). Срок ожидания – до 10 дней.

5. При желании клиент может самостоятельно приехать в Варшаву для передачи документов и денег, для чего он должен оформить ваучер, приглашение с гостиничным подтверждением в Польшу. Стоимость данного пакета документов составляет 10,00 \$ за каждого приезжающего + стоимость гостиницы, согласованной с клиентом.

6. Лицензия на право какой-либо деятельности, если она необходима, оформляется дополнительно на месте.

7. Учредительный минимальный капитал, как указывалось выше, составляет 50000,00 польских злотых - чуть менее 12200,00 \$ (зависит от курса доллар/злотый). Вся эта сумма должна быть размещена перечислением на счете, который будет заложен в Банке на открываемую фирму. Никто, кроме зарегистрированного владельца или доверенного им лица, не может снять деньги со счета.

8. Продление визы производится в Варшаве в соответствии с Кодексом об иностранцах. Продление визы осуществляется еще раз на полгода (в сумме на год), а затем оформляются документы на временный вид на жительство, сроком на два года. Продление вида на жительство производится каждые два года в сумме на срок до 10 лет. Затем, при необходимости оформляются документы на постоянное жительство или гражданство. На постоянное жительство можно внести документы и в более ранние сроки, имея временный вид на жительство в течение 3 лет. Все продления Воеводский отдел по работе с иностранцами проводит строго по представлению документов о положительной деятельности фирмы.

Источник: <http://www.ewml.pl/newru/tresc.php?id=16&baza=polska&c=g&rodzaj=16>

☺. *Переведите, подчеркнутые в предыдущем задании, слова и выражения.*

☺. *Вы хотите открыть фирму, но не знаете процедуры. Как спросите сотрудника органа муниципалитета, который занимается вопросом регистрации фирм, как открыть свое дело?*

а) Сотрудник вежливый, молодой человек, который охотно помогает Вам;

б) у сотрудника нет времени, видно, что Вы ему мешаете. Составьте возможные диалоги.

☺. *Выделите те черты характера, какими должен обладать бизнесмен. Как Вы их понимаете? В чем проявляются эти черты характера?*



ПОДСКАЗКА:

безграничная вера, надежность, смелость, умение рисковать, честность, инициативность, робость, рациональность, критичность, мелочность, логичность, демократичность, общительность, гибкость, динамизм, консерватизм, деловая смекалка, коммуникабельность

☺. *Какими чертами характера Вы обладаете? Вы могли бы заняться бизнесом? Используйте выражения:*

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Я думаю, что...

По-моему...

На мой взгляд...

Мне кажется, что...

Откровенно (честно) говоря...

Сказать правду, я...

☺. *На основании текста дайте правила поведения делового человека:*

Успех в бизнесе требует физического здоровья и высокой выносливости. Вы несете ответственность за состояние собственного здоровья и свой интеллектуальный потенциал. Самое время напомнить себе: „В здоровом теле – здоровый дух”.

Определенное количество часов крепкого сна в течение суток является обязательным условием. Для того, чтобы восстановить ресурсы Вашего организма и психики, необходимо как минимум 6 часов сна.

Избегайте курения. Доказано, что курение подавляет интеллектуальную активность и снижает энергетику организма. Также доказано, что курение является фактором, понижающим эффективность работы. В США, например, в ведущих компаниях курение запрещено. Более того, в ряде цивилизованных стран привычка курить может послужить причиной для отказа в приеме на работу.

Регулярное потребление алкоголя является серьезным препятствием к созданию на предприятии обстановки, благоприятной для плодотворного и интенсивного труда. Интервьюируя Ваших будущих сотрудников, давайте им понять ясно, что на Вашем предприятии потребление алкоголя в рабочее время запрещено, что склонности к выпивке у Вас не поощряются.

Важная жизнь в определенном смысле этого слова, более Вам не принадлежит. Карьера профессионального предпринимателя требует самодисциплины. Вам следует научиться регулировать свои физические, психологические особенности и социальные привычки.

Пунктуальность является неотъемлемым элементом деловой практики во всем мире. Основой успеха в бизнесе является создание надежных и долгосрочных отношений. Ключевой момент при этом – взаимное уважение, которое базируется на общечеловеческих и профессиональных ценностях. Одной из наиболее важных ценностей является время. Таким образом, будучи пунктуальным, Вы проявляете уважение к партнеру. Помните: „Время – деньги”.

☺. *Выпишите из текста пословицы, найдите их польские эквиваленты, прокомментируйте их.*

☺. *К Вам на работу хочет устроиться человек. Он специалист и Вам необходим его опыт. Вдруг он вынимает пачку сигарет и хочет угостить Вас. Какова будет Ваша реакция? Напишите диалог и проиграйте по ролям.*

☺. *Вы решили открыть личное предприятие по торговле косметикой. Как Вы ее назовете?*

☺. *Прокомментируйте следующие высказывания:*

1. Деловой человек платит раньше срока.
2. Нет ничего неразумнее, чем не платить по счетам в срок.
3. Хорошая репутация – половина успеха.
4. Трудно создать репутацию. Потерять ее легко.

☺. *Прочитайте текст. Перескажите его на русском языке, указывая, на что необходимо уделять внимание ведя дела с российскими партнерами.*

Jak robić interesy z Rosjanami

Podstawowa zasada: nie próbujcie udowodnić gospodarzom, że macie mocniejszą głowę od nich. I tak zawsze was przepiją i jeszcze najecie się wstydu. Większość naszych przedsiębiorców podkreśla, że pijaństwo Rosjan to już mit.- Jeśli pierwsi nie rzucicie wyzwania, nikt nie będzie was zmuszał do wyścigowego picia - twierdzą. Biznesowe obyczaje normalnieją i upodabniają się do europejskich. W Rosji pojawiły się całe grupy młodych biznesmenów, którzy niczym nie różnią się od nas czy Niemców.

Dobra znajomość języka angielskiego to pięta achillesowa Rosjan - szczególnie wśród starszego pokolenia mieszkającego poza Moskwą i Petersburgiem. Rosyjski więc mile widziany, a w wypadku Polaków - wręcz konieczny. Gdy polski biznesmen zaczyna mówić z gospodarzami po angielsku, w najlepszym wypadku zostanie uznany za pyszałka lub "polskiego pana". Lepiej więc mówić po rosyjsku - nawet źle i z błędami (o ile nie doprowadzą do nieporozumień w biznesie). Gospodarze docenią wysiłek. Znajomość rosyjskiego jest tym ważniejsza, że w niektórych środowiskach angielski jest wręcz źle widziany.

Rosjanie lubią być chwaleni. Jakaś uwaga rzucona na marginesie odnosząca się do piękna miasta, pomników czy czegoś, co wskazywałoby na znajomość ich kultury i doceniania jej, sprawi, że będziecie lepiej postrzegani. Skrywana niechęć do Anglosasów powoduje, że w Rosji nie lubią ich sposobu zachowania: uśmiechu na pokaz, zbytniego luzu. Zarówno carska Rosja, jak i ZSRR były poważnymi krajami, pozbawionymi uśmiechu. To pozostało. Biznes jest rzeczą poważną, w pierwszych kontaktach z rosyjskimi przedsiębiorcami należy więc unikać amerykańskiego "keep smiling".

Najpoważniejszą rzeczą w Rosji jest władza, a konkretnie urzędnik. Jeśli dacie klientowi do zrozumienia, że zdążyliście poznać miejscowego gubernatora czy mera (im wyższe stanowisko, tym lepiej) i jesteście z nim w dobrych stosunkach, od razu zacznie się do was inaczej odnosić. Bliskie stosunki z wysokimi urzędnikami w Rosji nazywane "krysza" (dach) - chronią przed nieprzyjemnymi niespodziankami w postaci nagłych zmian ustawodawstwa, instrukcji podatkowych czy niespodziewanych kontroli różnych organów. W bliskich kontaktach z urzędnikami należy jednak bardzo uważać. Przede wszystkim, by nie znaleźć się nagle w ogniu walki dwóch lub więcej biurokratycznych klanów. Takie zmagania są bezpardonowe i używa się w nich wszelkich dostępnych środków (policja podatkowa, milicja, prokuratura).

Jeszcze jesienią 1994 r. kilkunastu największych biznesmenów rosyjskich zawarło ciche przymierze gwarantujące, że nieporozumienia w biznesie nie będą rozwiązywane przy pomocy najemnych morderców. Dziś ta "dżentelmeńska umowa" obejmuje coraz większy krąg przedsiębiorców - do tego stopnia, że morderstwa stały się wyjątkiem, a nie regułą. Nawet wcześniej zagraniczni przedsiębiorcy nie byli celem ataków. W latach 90. w Rosji zabito tylko jednego cudzoziemca (amerykańskiego współwłaściciela moskiewskiego hotelu Radisson-Słowiańskaja). Gangsterskie porachunki dotyczyły wyłącznie miejscowych

biznesmenów. Nie oznacza to, że obcokrajowiec nie może się wpakować w kłopoty. Trzy lata temu jedna z dużych zachodnich firm produkujących kosmetyki musiała wymienić cały personel swego moskiewskiego biura, ponieważ został podkupiony przez konkurencję związaną z mafią. Okazało się, że firmowe magazyny w Moskwie pełne są podróbek jej kosmetyków, dostarczonych przez konkurenta i sprzedawanych odbiorcom jako oryginalne. Na pociechę można tylko dodać, że na rynkach dużych rosyjskich ośrodków miejskich do 80% wyrobów to podróbki.

Rosyjski biznesmen jest zwykle nieufny. Kupowany towar musi osobiście obejrzeć i dotknąć. W Rosji nie sprawdzają się raczej foldery czy katalogi, choćby najbardziej kolorowe. Nie udaje się też zawieranie umów na telefon lub za pomocą faksu (chyba że po bardzo długim okresie znajomości, a i to nie zawsze). Rosjanie wolą kontakt osobisty, sami muszą obejrzeć kontrahenta, dopiero wtedy podejmują decyzję. Rosjanie nie lubią się chwalić rodziną czy życiem osobistym. Gdy jednak już zdecydują się na zaproszenie do domu, wtedy Polak ląduje między młotem i kowadłem.

W Rosji cały czas jest żywy mit szarmanckich Polaków, całujących panie w rękę. Paniom, rzecz jasna, to się bardzo podoba - ich partnerom znacznie mniej. Trafwszy na taką sytuację każdy musi sam decydować, czy ucałować dłoń pani domu (narażając się na ewentualny gniew gospodarza i kłopoty w biznesie), czy ograniczyć się do uścisku ręki (narażając się na równie poważny gniew gospodyni). Kłopot z podejmowaniem takich decyzji odpada w rejonach muzułmańskich. Nie daj, Panie Boże, ucałować rękę żony czy córki muzułmańskiego partnera w biznesie.

Przy całym szacunku dla kraju i ludzi należy się przyzwyczaić do jednej rzeczy niepoważnej - niepunktualności. Im dalej na wschód od polskich granic, tym pojęcie czasu staje się bardziej rozciągliwe. Szczególnie gumowe jest w muzułmańskich republikach i rejonach Rosji: na Północnym Kaukazie, w Tatarstanie i Baszkirii. Europejczykom chwilami trudno to wytrzymać, być może dlatego biznesmeni z Azji (Korei Południowej, Japonii, Chin, Turcji) - przywykli do takich zwyczajów - zdobywają tam przewagę.



ПОДСКАЗКА:

mocna głowa – крепкая голова

najeść się wstydu – натерпеться стыда

pięta achillesowa – ахиллесова пята

pyszałek – заносчивый человек

na pokaz – напоказ

luz – свобода

w ogniu walki – в пылу сражения

wrakować się w kłopoty – впутаться в неприятную историю

podróbka – подделка

nieufny – недоверчивый

szarmancki – галантный

☺. *Переведите на русский язык десять заповедей сотрудничества со странами СНГ*

1. Sprawdzaj partnera – nie ulegaj pierwszemu wrażeniu.
2. Respektuj miejscowe nawyki psychologiczne i tradycje.
3. Rozpoczynaj od małych transakcji – ograniczając wielkość pierwszych promocyjnych dostaw.
4. Zabezpiecz sobie pewną łączność telekomunikacyjną.
5. Zapamiętaj dokładnie nazwiska i rzeczywiste kompetencje osób reprezentujących firmę partnera.
6. Posiadaj pewną znajomość administracyjnych i prawnych ograniczeń handlu zagranicznego w WNP (licencje, kontyngenty, stawki celne).
7. Poznaj dokładnie tryb tworzenia cen wewnętrznych, uwzględniając przy tym oferty firm konkurencyjnych z innych krajów.
8. Pamiętaj, że partner z WNP kieruje się przy określaniu jakości systemem GOST, który należy poznać.
9. Zadbaj o pewny transport.
10. Pamiętaj, że różnice czasu między Warszawą i regionami WNP wynoszą niekiedy kilka godzin.

☺. *Прочитайте текст „Создание СП”. Найдите в тексте ответ на вопрос: какие документы необходимы для создания СП? Объясните их содержание, назначение.*

Создание СП

Право формирования СП предоставлено любому государственному предприятию, кооперативной или общественной организации, наделенной правами юридического лица.

Партнером может быть любая иностранная фирма с правом юридического лица. Образующееся СП является полностью хозрасчетной организацией, наделенной широкими правами в области экспортных и импортных операций, заключения контрактов.

Образование СП оформляется тремя документами: учредительным договором, уставом, технико-экономическим обоснованием. На практике используется еще протокол о намерениях. В протоколе указывается положение о сохранении в тайне содержания переговоров.

Договор регулирует взаимоотношения участников.

Устав определяет правоспособность, предмет и цели деятельности, место нахождения, состав участников, порядок формирования уставного фонда, размер долей участников, компетенцию органов управления, порядок принятия решений и ликвидации.

Завершающей стадией в создании СП является его регистрация министерством финансов. С момента регистрации СП приобретает права юридического лица.

По материалам: Ziętała. G., 1994, *Деловой русский язык*. St. Petersburg

ЮМОП

Встретились два директора предприятий. Один другому говорит: - Представь, я своим работягам уже полгода зарплату не плачу, а они все ходят на работу и ходят. - Слушай, а если с них плату за вход брать?

☺. *Прочитайте предложения. Определите, соответствует ли содержание каждого из них содержанию текста. В зависимости от этого подтвердите или опровергните данные высказывания:*

1. Право формирования СП предоставлено только юридическому лицу.
2. СП имеет право экспорта и импорта товаров.
3. Образование СП оформляется двумя документами.
4. СП должно регистрироваться в министерстве промышленности.

☺. *Переведите словосочетания из текста:*

наделить правами -
 приобретать права -
 сохранить в тайне -

☺. Вы хотите создать СП с российской фирмой. Что бы Вы сделали? Выпишите Ваши действия в форме плана, а затем расскажите. Употребите в Вашем рассказе ответы на вопросы:

- как будет выглядеть предприятие, которое Вы хотите создать?
- какие товары или услуги оно станет производить?
- как эта продукция будет производиться?
- что Вы будете делать на этом предприятии?
- где Вы будете там находиться?
- как будет оборудовано предприятие?
- кто будет работать на нем?
- кто станет пользоваться его продукцией?
- как будет называться Ваше предприятие?

☺. Представление фирмы обычно начинается с сообщения о ее статусе. Объясните управление глагола „являться”.

„Экстра” является совместным польско-русским предприятием.

„Экстра” – это совместное польско-русское предприятие.

Конструкция с глаголом *являться* используется преимущественно в текстах официально-делового характера.

📖 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

О создании фирмы можно сказать:

концерн
кооператив

создан

фирма
компания
ассоциация
корпорация
общество
объединение
предприятие

создана, основана, организована,
образована, зарегистрирована

создано, основано...

офис
филиал
контора

открыт

открыта

бюро
представительство

открыто

☺. Прочитайте диалог. Сообщите об открытии представительства Вашей фирмы в России.

- Господин директор, имеет ли Ваша фирма представительство в Москве?
- Да, наше представительство было открыто уже в 1960 году.
- А какие у вас есть планы относительно Петербурга?
- Мы хотели бы открыть наш филиал в этом году. Сейчас мы ведем переговоры с петербургским партнером. Мы уже открыли выставку нашей фирмы в Гавани в январе. Наша фирма сотрудничает с Россией с самого начала своего существования. Раньше мы сотрудничали с СССР, а сейчас с Российской Федерацией и другими странами СНГ.

☺. Вам необходимо открыть филиал Вашей фирмы в Москве. Создайте диалог с представителем местной власти о возможностях открытия филиала и проиграйте по ролям.

☺. Прочитайте советы психолога. Скажите, всегда ли Вы поступаете согласно этим советам?

Если Вы наделены властью:

Не прибегайте в споре к приемам администрирования.

Не переходите за неимением деловых доводов на личные.

Ваша должность – еще не гарантия от ошибочных суждений.

Внимательно слушайте и анализируйте все доводы партнера.

Тот, кто вступает в спор, должен сохранить деловой и доброжелательный тон, вести честный и доказательный разговор, в котором необходимо показать:

Истинность своих мыслей.

Ошибочность мыслей партнера.

Ошибочность и недостатки его доводов.

Непонимание партнером Ваших мыслей.

☺. Прочитайте предложения. Переведите их на русский язык. Составьте диалог, в котором Вы советуете коллеге, как открыть фирму в Европейском союзе.

1. W krajach Unii Europejskiej swoboda zakładania przedsiębiorstw obejmuje prawo podjęcia i wykonywania działalności na zasadzie samozatrudnienia, jak również do zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw.
2. Zgodnie z postanowieniami Układu Europejskiego firmę na terenie Unii może założyć zarówno osoba fizyczna, jak i przedsiębiorstwo.
3. Przedsiębiorstwa polskie mogą zakładać przedsiębiorstwa podległe (będące pod kontrolą spółki-matki) oraz oddziały i agendy.
4. Spółki przedsiębiorstwa zarejestrowane w jednym z państw członkowskich UE mogą działać we wszystkich pozostałych państwach UE.



ПОДСКАЗКА:

swoboda zakładania przedsiębiorstw – свобода открытия предприятий
obejmować prawo podjęcia i wykonywania działalności – включать право открывать и осуществлять деятельность

☺. *K polskim posловицам подберите русские эквиваленты:*

Grosz do grosza, będzie pół trzosa.

Bez pracy nie ma kołaczy.

Żadna praca nie hańbi.

Chcesz przyjaciela stracić? – pieniędzy mu pożycz.

Robota nie zajęc, nie uciecze (nie ucieknie).

Oszczędnością i pracą ludy (ludzie) się bogacą.

Jak dłużnik ma gorączkę, wierzyciela febra trzęsie.

Od złego dłużnika to bierz i plewy.

Dobry towar sam się chwali.

Co czyje nie zgnije, a ruszać nie trzeba.

Bogactwa wiele mogą.

Gdy bieda tłoczy, przyjaciel odskoczy.

Bieda uczy rozumu.

Biednemu zawsze wiatr w oczy.

Никакой труд не позорит.

Работа не волк, в лес не убежит.

Без труда нет плода.

Как только у должника горячка, у кредитора – лихорадка.

В долг давать – дружбу терять.

От злостного должника бери и мякину.

Бережливость да труд большие доходы дают.

Копеечка к копейке – рубль набегаёт.

Чужое, даже если гниёт, трогать нельзя.

Мерзлой роже да метель в глаза.

Друзья познаются в беде.

Мошна туга – всяк ей слуга.

Хороший товар сам себя хвалит.

Беды мучат, уму учат.

☺. Прочитайте, что русские думают о бизнесе. Каковы, по-вашему, взгляды поляков на бизнес?

Русские терпеть не могут бизнес. Все бизнесмены – мошенники по определению. Как гласит русская пословица: „От трудов праведных не наживешь палат каменных”. Если американец встретит миллионера, его первой мыслью будет: „Какой это, должно быть, умный и способный человек!”. Первая мысль русского в той же ситуации наверняка будет: „И где только этот мошенник столько нахватал!”.

Торговлю как род занятий русские избирают неохотно. Каждый согласится, что это аморально – покупать задешево, а продавать дороже, чем сам купил. Купцы и владельцы магазинов широко известны своей жадностью: „Кровопийцы на теле несчастного пролетариата, вот кто они такие! Правы были большевики, что расстреливали и сажали их, негодяев!”. При такой философии делать бизнес в России – это для людей смелых и отважных.

Для деловых отношений в России характерна определенная семейственность. Святое дело – после рабочего дня пойти всей бригадой пить пиво или даже что-либо покрепче. Два бизнесмена тоже предпочтут улаживать спорные вопросы где-нибудь в интимной обстановке за бутылочкой. Однако „вертикальные” отношения такого рода – визит рабочего на квартиру босса и тем более наоборот – маловероятны. (В.Ж.)

☺. Скажите Вашему директору-поляку, что нужно в России для регистрации фирм – общества с ограниченной ответственностью и малого предприятия. Используйте в высказывании данный ниже материал:

ООО - общество с ограниченной ответственностью

Относительная простота регистрации совместно с ограниченной ответственностью учредителей сделала ООО самой распространенной формой ведения бизнеса.

Регистрация ООО в Москве - 350 у.е.

Срок регистрации до 30 дней.

В услугу регистрации ООО включено:

- Подготовка комплекта учредительных документов.
- Регистрация ООО в ИМНС по месту нахождения общества (получение свидетельства о регистрации).

- Изготовление печати в единственном экземпляре.
- Присвоение кодов статистики.
- Постановка ООО на учет в ИМНС.
- Постановка на учет в пенсионный фонд и фонд ОМС, ФСС.
- Открытие счета в банке, в т.ч. подготовка комплекта документов для открытия расчетного счета.

За отдельную плату можно получить: Юридический адрес - 100 у.е.; Открытие дополнительного банковского счета - 50 у.е.

Для регистрации ООО необходимо:

- Документы на учредителей ООО: - Если учредители – физические лица: ксерокопии паспортов, ИНН; Если учредители – юридические лица: копии свидетельства о регистрации, информационного письма (Свидетельства) о постановке на учет в ИМНС, справки из Госкомстата (заверенные нотариально);
- копия справки из банка об открытии расчетного счета.

В случае единственного учредителя - юридического лица для регистрации требуется нотариальная копия Устава. В зависимости от формы вкладов, вносимых в уставной капитал при регистрации ООО:

- справка из банка о внесении не менее, чем 50% уставного капитала на накопительный счет;
- документы, подтверждающие оплату имущества (накладные, счета-фактуры, чеки).

Если есть, то договор аренды на юридический адрес (ксерокопия нотариальная) (к договору обязательно прилагаются свидетельство о собственности арендодателя, справка из БТИ). Ксерокопия паспорта генерального директора и главного бухгалтера. Наименование банка, в котором будет открываться расчетный счет для ООО.

По вопросу регистрации ООО звоните по телефону в Москве (095) ----- или (095) -----, и мы подберем для Вас оптимальный вариант.

По материалам: <http://www.lex7.ru/registracia-ooo.html>

Внесение в реестр субъектов **малого предпринимательства**

Необходимые документы:

1. Устав
2. Учредительный договор (если есть);

3. Информационное письмо Госкомстата или Москомстата о присвоении кодов;

4. Подлинник Свидетельства реестра субъектов малого предпринимательства (при наличии);

5. Свидетельство о внесении в ЕГРЮЛ;

6. Свидетельство о присвоении ИНН;

7. Свидетельства о государственной регистрации изменений и дополнений в учредительных документах;

8. формы 1 и 2 балансовой отчетности (за 2004 год) или формы, предусмотренные упрощенной системой налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства, содержащие информацию о валовой выручке (совокупном доходе) от реализации продукции (услуг, работ); отправляющим по почте предоставить квитанцию;

9. Выписка из реестра акционеров на момент предоставления документов с печатью и подписью Руководителя (для ЗАО, ООО);

Стоимость услуг составляет 70 у.е.

Срок исполнения – 2 недели.

Источник: <http://www.yurplus.ru/reestr.htm>



ПОДСКАЗКА:

ИМНС – Инспекция Министерства по налогам и сборам

ОМС – обязательное медицинское страхование

ФСС – Фонд социального страхования

ИНН – идентификационный номер налогоплательщика – NIP

Госкомстат – Федеральная служба государственной статистики

БТИ – Бюро технической инвентаризации

ЕГРЮЛ – Единый государственный реестр юридических лиц

2. ТИПЫ ФИРМ

☺. Прочитайте текст. Скажите, какие выделяем формы предприятий.

Формы предприятий

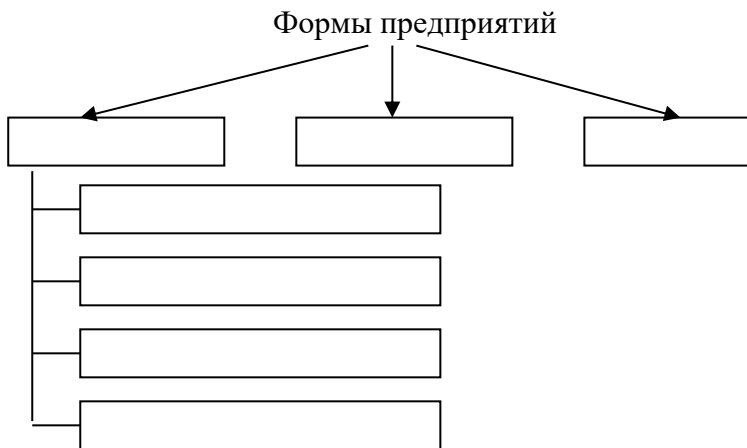
Предприятия различаются по формам собственности, по устройству (т.н. организационно-правовым формам) и по размеру.

В зависимости от формы собственности выделяем:

- **частное предприятие** – это предприятие хозяином которого является отдельный гражданин либо группа граждан, которые вправе самостоятельно распоряжаться, пользоваться и владеть имуществом;
- **государственное предприятие** – принадлежит государству и может находиться в федеральной, республиканской или областной собственности;
- **муниципальное предприятие** – имеет в качестве собственника местные органы власти – муниципалитет и обслуживает население города, района или поселка;
- **предприятия общественных организаций** – принадлежат профсоюзам, молодежным организациям, фондам и т.п.

По материалам: *Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.*

☺. На основании материала из в/у задания докончите схему:



☺. *Переведите текст:*

Личное (индивидуальное) предприятие – это форма предпринимательской деятельности, где субъектом является одно физическое лицо, которое несет полную ответственность перед кредиторами и самостоятельно управляет своими делами. Название предприятия, как правило, образуется включением фамилии основателя и его имени. Дополнительно может быть указан предмет деятельности: «Клим Буров», «Ветчина Ивана Белого».

По материалам: *Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.*

☺. *На основании словосочетаний выделите положительные и отрицательные стороны единоличного бизнеса. Составьте высказывание на эту тему.*

- оказать материальную и моральную поддержку;
- полная самостоятельность и свобода в принятии решений;
- трудности финансирования;
- действовать оперативно;
- не располагать поначалу значительными средствами;
- нет заинтересованных партнеров;
- что сумел заработать – принадлежит тебе;
- легко открыть и вести дело;
- приходится полагаться на дорогостоящих менеджеров со стороны.

☺. *Прочитайте толкование термина. Объясните суть коллеге, который хочет сотрудничать с Вами, что это АО.*

Акционерное общество – это организация создана по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов, имеющая собственное юридическое лицо. Акционеры общества участвуют вкладами в разделенном на акции уставном капитале. Акционеры не несут ответственности за обязательства акционерного общества. Они рискуют только своим вкладом. Капитал АО образуется за счет продажи акций. Средства АО складываются за счет кредитов банка и выкупа облигаций.

Общество является собственником имущества, продукции, доходов от коммерческой деятельности. Вкладом участника могут быть здания, сооружения, оборудование и др. материальные ценности, ценные бумаги, права пользования землей, природными

ресурсами, ноу-хау. Стоимость вносимого имущества определяется совместным решением участников общества.

По материалам: *Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.*

☺. *Прочитайте термины. Расшифруйте аббревиатуры ОАО, ЗАО:*

Открытое акционерное общество – такое общество, в котором участники могут свободно без согласия других акционеров, продавать принадлежащие им акции. Открытое общество проводит открытую подписку на выпускаемые им акции и пускает их в свободную продажу.

Закрытое акционерное общество – такое общество, в котором акции распределяются только среди его учредителей или другого, заранее установленного узкого круга лиц. Участники закрытого общества имеют преимущественное право на приобретение акций, продаваемых другими членами общества.

По материалам: *Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.*

ОАО -

ЗАО -

☺. *Прочитайте текст о малых предприятиях. Скажите, в каких областях и почему выгодно открывать малый бизнес в России. Какой бизнес бы Вы выбрали?*

Малое предприятие (малый бизнес)

Под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 процентов, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 процентов и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия): в промышленности- 100 человек; в строительстве - 100 человек; на транспорте - 100 человек; в сельском хозяйстве - 60 человек; в научно-технической сфере - 60 человек; в оптовой торговле - 50 человек; в розничной торговле и

бытовом обслуживании населения - 30 человек; в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 50 человек.

Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

(На основании Федерального Закона Российской Федерации "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации" от 14 июня 1995 года № 88-ФЗ) - <http://www.protos.su/biblio/view.php?id=158>

☺. Прочитайте текст. Перескажите его на русском. Скажите, в чем отличия дефиниций малого предприятия в польском и российском законодательстве.

Pojęcie „małe i średnie przedsiębiorstwo” opisane zostało w ustawie z dnia 19 listopada 1999 r. – Prawo działalności gospodarczej.

Za małego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w poprzednim roku obrotowym:

1. zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników,
2. osiągnął przychód netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nie przekraczający równowartości w złotych 7 milionów euro lub suma aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec poprzedniego roku obrotowego nie przekroczyła równowartości w złotych 5 milionów euro.



ПОДСКАЗКА:

ustawa z dnia... – закон от...

zatrudniać – нанимать на работу

przychód ze sprzedaży – доход от продажи

równowartość – эквивалент

bilans – баланс

euro - евро

☺. Ознакомьтесь с толкованием термина.

Коммандитное общество – общество, в котором, по крайней мере один из участников имеет полную ответственность, и, по крайней мере один – ограниченную ответственность перед кредиторами. Лицо, несущее полную ответственность перед

кредиторами, называется дополняющим, а ограниченную – командитом. Название командитного общества может включать либо фамилии всех, либо нескольких дополняющих. Если в название включаются не все фамилии, то дополнительно указываются на отношения в обществе, например «Громов и К°». Фамилия командита в названии общества не используется. Командитом становится тот, кто не желает или не умеет вести дело самостоятельно, но готов рисковать капиталом.

По материалам: *Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.*

☺. Прочитайте текст и на его основании выделите информацию, которая была пропущена в предыдущем задании.

Spółka komandytowa jest jak gdyby szczególną postacią spółki jawnej. Jej istota polega na tym, że przynajmniej jeden ze wspólników odpowiada wobec wierzycieli spółki całym swym majątkiem, tak jak wspólnicy w spółce jawnej, a odpowiedzialność przynajmniej jednego jest ograniczona. Daje to możliwość przyjęcia do spółki wspólnika, który wniesie udział i który ma zagwarantowane, że w przypadku upadłości jego odpowiedzialność wobec wierzycieli nie przekroczy wartości wniesionego udziału. Udział ten, jeśli jest niepieniężny (budynek, patent), musi być w umowie spółki określony kwotowo. Jest to tzw. suma komandytowa. Komandytariusz, którego określimy mianem cichego wspólnika, nie figuruje w nazwie spółki, nie ma prawa (bez pełnomocnictwa) do prowadzenia spraw spółki. Spółka komandytowa nie jest osobą prawną.

По материалам: Markowski W., 1998, *ABC small business 'u*, Łódź.



ПОДСКАЗКА:

wspólnik - компаньон
wierzyciel – кредитор
udział – доля
pełnomocnictwo – доверенность

☺. Переведите на русский язык текст „Средние предприятия”:

Średnie przedsiębiorstwa

Za średniego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który nie jest małym przedsiębiorcą i który w poprzednim roku obrotowym:

1. zatrudniał średniorocznie mniej niż 250 pracowników,

2. osiągnął przychód netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nie przekraczający równowartości w złotych 40 milionów euro lub suma aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec poprzedniego roku obrotowego nie przekroczyła równowartości 27 milionów euro.

По материалам: <http://www.ukie.gov.pl>

☺. *Подберите термины к данным ниже толкования:*

1., это система мер, направленных на предотвращение банкротства промышленных, торговых, банковских и других предпринимательских структур.

2., это добровольное прекращение деятельности предприятия.

3., это использование средств из прибыли самого предприятия.

4., это использование средств кредитно-финансовых учреждений, нефинансовых компаний, населения.

5., это человек, который имеет право участвовать во всех видах правовых и деловых отношений, соглашений, которые могут возникнуть на любом предприятии.

6., это экономические единицы с правами юридического лица, которые служат для изготовления и сбыта товаров, оказания услуг.

7., это общество с неограниченным числом членов, которое ставит своей целью содействие промыслу или хозяйственной деятельности своих членов средствами коллективного производства.



ПОДСКАЗКА:

внутреннее финансирование, товарищество, предприятия, внешнее финансирование, санирование, ликвидация, доверенное лицо.

☺. *Расскажите о своей фирме, употребляя следующие выражения:*

фирма		государственная
		торговая
		частная
общество		акционерное
		с ограниченной ответственностью

предприятие

| малое
промышленное**✍ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!***Фирма занимается (чем?) изготовлением (чего?) мебели.*☺. *Расскажите о деятельности фирмы:*

Фирма занимается:

(чем?) импорт - (чего?)

закупка -

обмен -

поставка -

производство -

торговля -

экспорт -

ремонт -

☺. *Найдите формы организации бизнеса:*

А	К	Ц	И	О	Н	Е	Р	Н	О	Е	У	П	Р	О
Ь	У	К	А	П	А	Р	Т	И	Ш	О	Ы	В	А	Н
Л	Ч	В	У	К	О	О	Л	П	Г	Б	Ц	В	Е	Н
Д	Й	Я	Ю	Ж	Д	Р	А	Р	А	Щ	Д	Ж	Ж	Р
Ш	У	А	А	Р	А	П	М	С	Ф	Е	С	Т	В	О
О	К	К	Ы	С	Х	О	Л	Д	И	Н	Г	О	Л	Щ
Л	М	А	П	Р	О	Ж	Л	П	Р	Р	К	Г	О	В
К	О	Г	Н	Ц	Е	Р	Н	Р	М	Т	Ь	Б	Л	Е
О	Я	Ч	С	Ц	Ц	Ф	Ы	И	А	Ы	П	Р	О	К
М	О	Н	О	П	О	Л	И	Я	Я	Ч	С	А	П	А
П	Ц	У	В	Ы	А	П	Р	Т	О	Л	Д	П	В	Р
А	С	С	О	Ц	И	А	Ц	И	Я	Ы	Ф	Ч	М	М
Н	Т	О	В	А	Р	И	Щ	Е	С	Т	В	О	Ъ	С
И	Ы	В	А	П	К	О	О	П	Е	Р	А	Т	И	В
Я	О	Б	Ъ	Е	Д	И	Н	Е	Н	И	Е	В	С	Я

3. ТОРГОВЛЯ С РОССИЕЙ

☺. Вспомните выражения:

торговать оптом -

торговать в розницу -

☺. Образуйте словосочетания со словом „рынок”:

мировой рынок

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

☺. В чем, по-вашему, суть торговой политики государства?
Составьте высказывание, используя выражения:

- создать благоприятный торгово-экономический климат;
- ограничить приток иностранных товаров;
- создать льготные условия деятельности отечественным производителям;
- снизить пошлины;
- принимать участие во Всемирной Торговой организации.

ЮМОР

Звонит Новый Русский приятелю из своего "Мерседеса 600" по сотовому телефону: - Петя, сколько будет 2х2? Петя на другом конце задумывается: - А ты покупаешь или продаешь?

☺. Прочитайте перечень задач, которые возлагаются на оптовую торговлю. Как Вы их понимаете?

1. Формирование выгодного ассортимента товаров путем их организованной закупки большими партиями.

2. Складирование товаров, позволяющее снизить издержки на их хранение, уменьшить потери от порчи и утраты товаров.

3. Доставка товаров поближе к потребителям.
4. Формирование мелких партий товаров для розничных торговцев.
5. Финансирование розничных торговцев.
6. Установление контактов с покупателем.
7. Информационное обеспечение торговли.
8. Консультации и помощь в работе с розничными торговцами.
9. Принятие на себя части риска за повреждение и утрату товара при его движении по каналу распределения.

☺. *Ознакомьтесь с типами предприятий розничной торговли. Подчеркнутые слова и выражения переведите на польский язык:*

Типы предприятий розничной торговли

Предприятия розничной торговли различаются по видам собственности, месту расположения, формам обслуживания, ценовой политике, ассортименту товаров и услуг.

В зависимости от видов собственности выделяем:

- **торговые корпорации** – образуют сеть магазинов, находящихся в общем владении и располагающих общей службой снабжения и сбыта, а также собственным транспортом и складским хозяйством;
- **объединения торговых посредников** – организуются на основе монопольного права на продажу, услуги;
- **кооперативы** – организуются потребителями товаров, живущими на определенной территории;
- **ассоциации** – организуются с целью решения ими общих задач по оборудованию торговых мест.

По формам обслуживания выделяем:

- **предприятия по торговле вразнос;**
- **торговле по заказам;**
- **с заказом на почте;**
- **по телефону (телефаксу);**
- **с помощью автоматов.**

По различиям в ценовой политике можем выделить:

- **магазины-склады** – это крупные предприятия, предназначенные для большого количества товаров и услуг, по сниженным ценам;

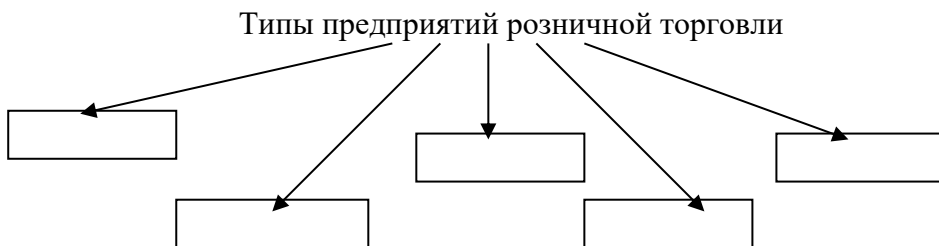
- **магазины сниженных цен** – предлагают стандартные товары массового спроса по более низким ценам, чем в фирменных магазинах;
- **магазины-демонстрационные залы** – торгуют по каталогам ювелирными изделиями, дорогой одеждой, обувью, фототехникой, музыкальными инструментами.

По ассортименту товаров выделяем:

- **магазины товаров повседневного спроса** – прежде всего, это продовольственные магазины, обычно небольшого размера;
- **специализированные магазины** – торгуют узким ассортиментом, напр. Магазин по продаже мужских галстуков, одежды для женщин и для детей;
- **универмаги** – торгуют несколькими группами различных товаров, каждый из них имеет свой отдел;
- **универсамы** – это крупные магазины самообслуживания, торгующие продовольствием широкого ассортимента, а также некоторыми товарами повседневного спроса;
- **торговые комплексы** – более крупные предприятия, включающие как универсам, так и магазин-склад и магазин сниженных цен.

По материалам: *Экономика, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург*

☺. На основании текста из Задания 4 составьте схему типов предприятий розничной торговли.



☺. Объясните, что Вы понимаете под термином „торговый агент”? Какую роль играет внешность торговых агентов? Какие у них задачи?

☺. Прочитайте текст. Скажите, каким должен быть агент? Разделите словосочетания, характеризующие поведение делового и „неделового” человека.

Торговые агенты, которых Вы нанимаете на работу для продажи Ваших товаров, формируют у людей впечатление о Вашем бизнесе. Продажа товаров может вестись в одиночку, и при этом будет очень изнурительной работой.

Время торговых агентов может попусту тратиться из-за людей, которые срывают назначенные встречи. Некоторые люди вовсе не считают, что с торговыми агентами нужно быть вежливыми, ведут себя грубо. И тем не менее торговые агенты должны быть хорошо одеты, вежливы и терпеливы. Они никогда не должны выходить из себя и должны разбираться в товарах, которые пытаются продать.

Коммивояжеры должны соответствовать типу клиентов, которых они посещают. Грубоватого человека, как бы хорош он ни был в работе, не стоит посылать к образованным клиентам. И в то же время торговые агенты, отправляющиеся к ремесленникам или мелким торговцам, должны быть людьми простыми, способными найти общий язык с этими людьми. Они также должны разбираться в работе мелких ремесленников, в той продукции, которую они продают.

Научите Ваших агентов разбираться в Вашей продукции, особенно, если она – специальная (машины, станки, электротовары, удобрения, лекарства). Удостоверитесь, что их образование и специальные знания достаточны, чтобы беседовать со специалистами.

Многие мелкие производители, строители, да и другие люди проникаются доверием к торговому агенту, который может дать им хороший совет и не только по товарам, которые он предлагает, но и по их собственному бизнесу.

Помните: Ваш торговый агент – это человек, которому предстоит вновь встретиться с клиентом, который может быть им недоволен, в случае, если не получит ответа. Ответить быстро и вежливо – это значит поднять престиж Вашего представителя и Вашего бизнеса в глазах клиента.

☺. *Прочитайте текст:*

Ocena poziomu chłonności rynku rosyjskiego

Produkty importowane przestały być atrakcyjne cenowo w wyniku spadku siły nabywczej rubla do około 34% wartości sprzed kryzysu. Gwałtownie wzrosła opłacalność produkcji rodzimej. Wzrosła niechęć do produktów importowanych, w tym zwłaszcza z Polski, chociaż polskie

produkty często trafiają na rynek rosyjski poprzez pośredników zachodnich, ale pod ich firmą. Wyjątkiem w zakresie absorpcji polskich produktów pozostaje Kaliningrad, który stał się bramą zaopatrzeniową dla niektórych obwodów z głębi Rosji, a koszty wwozu produktów z głębi Rosji są zbyt duże (np. zaopatrzenie Obwodu Kaliningradzkiego w odzież w ponad 90% dokonywane jest z zagranicy, głównie z Litwy, Polski i Niemiec). Poważną trudnością jest brak skutecznych sieci zaopatrzeniowych w Rosji, które wchłaniałyby i dystrybuowały produkty zagraniczne. Powoduje to dodatkowy wzrost kosztów finalnego produktu, czyniąc go mniej atrakcyjnym od produktów rodzimych.

Rosną oczekiwania w zakresie kredytowania sprzedaży, a brak jest realnych możliwości bezpośredniego ubezpieczenia transakcji do Rosji. Z punktu widzenia przepisów prawa rosyjskiego zapłata za towar może być dokonywana wyłącznie po jego wwozie na terytorium Federacji. Przedpłaty są niezgodne z przepisami. Rosjanie nie są zainteresowani poszukiwaniem towaru w Polsce. Kupują, bo ceny są atrakcyjniejsze i raczej niechętnie pod polską metką. Tylko w Kaliningradzie polski produkt ma dość dobrą markę, zwłaszcza w grupie produktów o średniej cenie.

Wyroby polskie mają szansę penetracji głównie na obszarach mniej nasyconych produktami, poza głównymi ośrodkami: Moskwą i St. Petersburgiem, pod warunkiem jednak skonstruowania sieci sprzedaży oraz aktywnej promocji. Z kolei poza głównymi ośrodkami problemem jest logistyka, jak też fakt ograniczonych możliwości ekonomicznych.

Polscy eksporterzy słabo orientują się, co, gdzie i jak sprzedawać. Nie posiadają strategii wchodzenia na rosyjski rynek. Zmienia się szybko struktura handlu z Rosją, potrzebne są w związku z tym inwestycje, dostarczanie technologii, tworzenie nowych miejsc pracy. Praktycznie nie istnieje reklama polskich produktów na tamtejszym rynku. Ale plasowanie reklam wymaga dobrej znajomości tamtejszego, dość skomplikowanego, rynku.

Procedury certyfikacyjne lepiej i taniej jest przeprowadzać w jednej z wyspecjalizowanych firm na terenie Rosji. Przy podpisywaniu kontraktów nie wystarczy prawidłowy kontrakt i ubezpieczenie transakcji w KUKU. Należy pytać o "metrykę operacji handlowych", kod INN czyli inspekcji podatkowej rejestracji handlowej. Te informacje pozwolą ustalić, w wypadku matactw, polegających na ukrywaniu "spółki w spółce", założyciela czy założycieli firmy. W kontraktach konieczne należy określić walutę, w jakiej będą dokonywane płatności. Na tzw. "czarnych listach" przedsiębiorstw transportowych jest ponad 200 firm. Warto sprawdzać w porozumieniu z zaufanym spedytorem czy nie mamy

do czynienia z firmą, która była przyłapaną na matactwach. Najtańszą i bezpieczną formą inwestowania w Rosji jest tworzenie własnych składów hurtowych, bądź korzystanie z już istniejących.

Источник: <http://opinie.ewm1.pl/?id=5>



ПОДСКАЗКА:

chłonność rynku – ёмкость рынка

siła nabywcza – покупательная сила

opłacalność produkcji – рентабельность производства

ubezpieczenie - страховка

transakcja – сделка

przedpłata – предоплата

metka – этикетка

matactwo - мошенничество

☺. *Ответьте на вопросы по тексту:*

1. Каково отношение россиян к польским товарам?
2. Какую форму оплаты предпочитают российские предприниматели?
3. Какие ошибки допускаются польскими торговцами ?
4. На что необходимо обращать внимание, если Вы намереваетесь торговать с российским партнером?

☺. *Посмотрите таблицу. Скажите, кто, чем и где торгует?*

Что	кто	где	объекты сбыта	кол-во объектов	кто продает
дешевая одежда	беднейшие слои населения	вся страна	лавки, рынки	очень много	торговцы, собственник – покупателям больших партий
шоколад, сладости	любой человек, дети особенно	в основном города	магазины, рынки, уличные торговцы	очень много	торговые посредники, оптовики, торговцы в розницу
дорогие товары	богатые люди,	столичный город,	универсамы, гостиницы,	очень мало	Непосредствен -но

из кожи	туристы	туристические центры	фешенебельные магазины		собственник
специальные станки, матрицы	промышленники	столица, несколько крупных городов	промышленные предприятия	очень мало	собственник, технический персонал

☺. Прочитайте текст „Похищенные Европой”, который был помещен на сайте <http://www.itogi.ru>. Скажите, как могут измениться условия торговли России с ее западными соседями после вступления этих стран в ЕС в 2004 году?

В 2004 году в объединенную Европу вступили Польша, Чехия, Венгрия, Словакия и страны Балтии. В соответствии с правилами ЕС с „новичков” безжалостно сдерут остатки их социалистической кожи: экономика этих стран будет подогнана под жесткие евростандарты. Все это отразится на российской экономике, поскольку она еще с советских времен тесно интегрирована в экономику стран Восточной Европы. К примеру, в 2001 году Россия наторговала с Польшей на 5,5 млрд. долларов, с Венгрией – на 2,84 млрд., с Чехией – на 2,3 млрд. А с 1 января 2004 года российским предпринимателям придется работать со старыми партнерами по принципиально новым правилам.

„Мы столкнемся с большими проблемами, потому что страны, которые вступают в ЕС, со дня присоединения должны будут применять импортные тарифы, общие для ЕС. Наши потери за счет того, что сейчас импортные тарифы стран Восточной, Центральной Европы и Прибалтики достаточно низкие по сравнению с ЕС, ежегодно могут составить порядка 200 миллионов долларов” – пояснил „Итогам” заместитель главы Минэкономразвития.

Отрасли экономики, которые подкосит грядущее расширение Евросоюза, уже известны. Металлургия и сельское хозяйство пострадают стопроцентно, транспорт – в значительной мере, а топливно-энергетический комплекс – в меньшей. Помимо стального экспорта пострадают и цветная металлургия, машиностроение, а также производство минеральных удобрений. По атомным программам.

По материалам:

http://www.itogi.ru/paper2002.nsf/Article/Itogi_2002_11_19_12_4633.html

☺. *Переведите на польский язык данные предложения:*

1. Новые члены ЕС должны подчиняться общеевропейским правилам торговли.
2. Признание Брюсселем рыночного статуса российской экономики откроет новые перспективы для взаимной торговли.
3. В ЕС существуют единые и весьма строгие правила сертификации.
4. Прогнозируется, что расширение ЕС может больно ударить по российскому экспорту энергоресурсов.
5. Европа захочет сотрудничать с Россией только в одном направлении – по утилизации отработанного ядерного топлива.
6. После расширения Евросоюза на Восток Старый Свет останется крупнейшим торгово-экономическим партнером России.

☺. *Прочитайте текст, перескажите его коллеге из России.*

Jak integracja z Unią wpłynie na handel przygraniczny?

Polska zostanie wraz z Czechami i Słowacją oraz innymi krajami kandydującymi członkiem Unii Europejskiej, stanie się jednocześnie częścią jednolitego rynku europejskiego. Jako, że jednym z kluczowych zasad tego rynku jest nieskrępowany przepływ towarów i usług, handel przygraniczny z Niemcami oraz Czechami i Słowakami będzie mógł się rozwijać bez przeszkód o charakterze fizycznym (brak kontroli granicznych) czy technicznym (jednolite przepisy dotyczące bezpieczeństwa produktów czy norm technicznych).

Nieco inna sytuacja wystąpi na granicy północno-wschodniej. Polska granica stanie się zewnętrzną granicą zintegrowanego europejskiego obszaru. Unia dokłada starań, aby polska granica wschodnia była szczelna, aby ludzie i towary nie mogli się nielegalnie przemieszczać.

Unia Europejska jest jednak niezmiernie zainteresowana rozwojem stosunków handlowych ze Wschodem. Polscy przedsiębiorcy i handlowcy będą mogli wykorzystać swoje doświadczenie. Polskie produkty rolne eksportowane na rynki wschodnie otrzymają subsydia z budżetu wspólnotowego. Rozbudowa przejść granicznych oraz związany z tym rozwój infrastruktury na ścianie wschodniej przyczyni się do rozwoju handlu i usług (transportowych, gastronomicznych itp.).

Polscy handlowcy, chcąc efektywnie konkurować z zagranicznymi przedsiębiorstwami, powinni dążyć do wspólnego negocjowania cen

hurtowych surowców i towarów. Pojawia się także nowe możliwości finansowania rozwoju regionów przygranicznych za pomocą środków wspólnotowych, przez co regiony przygraniczne będą się mogły szybciej rozwijać.

Источник: http://praca.korba.pl/szukam_pracy/1,11876,2163,art.html



ПОДСКАЗКА:

handel przygraniczny – приграничная торговля

zintegrowana przestrzeń europejska – объединенное европейское пространство

przemieszczać się – передвигаться

subsytia z budżetu wspólnotowego – субсидии из общего бюджета

wypierać – выталкивать

☺. *Прочитайте текст беседы с Президентом фирмы EWM Ltd.:*

Rozmowa z Aleksandrem Kobizem, Prezesem firmy EWM Ltd oraz Polsko - Rosyjskiego Portalu Współpracy Gospodarczej www.ewm.pl na stronie portalu dla małych i średnich firm www.biznespartner.pl

Żeby nie popełniać błędów i odnosić sukcesy na rynku rosyjskim trzeba wiedzieć że sposoby działania rosyjskich biznesmenów kardynalnie się zmieniły. Duże przestrzenie Rosji i wysokie koszty telefonów międzymiastowych zmusiły Rosjan do aktywnych inwestycji w Internet. Obecnie prawie każda firma rosyjska zdolna do importu rozpoczyna marketing zagraniczny poprzez Internet.

BiznesPartner: Jakie korzyści może uzyskać przedsiębiorca korzystający z oferty Polsko - Rosyjskiego Portalu Współpracy Gospodarczej EWM.pl

Aleksander Kobiz: Przede wszystkim oferta polskiej firmy umieszczonej w naszej bazie będzie co raz bardziej widoczna i dostępna w rosyjskiej sieci internetowej. Gwarantujemy to poprzez stałe umieszczanie naszego banera i serwisu w regionalnych i branżowych serwisach internetowych Rosji. Obecnie współpracujemy z 14 regionami Rosji, mamy tam swoich przedstawicieli. Stale pracujemy nad rozszerzeniem swoich kontaktów w Rosji. Informacje o polsko-rosyjskim portalu współpracy gospodarczej umieszczamy w mediach rosyjskich i katalogach branżowych. Poza tym klientom naszej bazy przedsiębiorstw oferujemy dla umieszczenia opisu działalności tak zwaną wizytówkę firmy o pojemności do 1000 znaków w języku polskim lub rosyjskim, z możliwością umieszczenia materiałów fotograficznych i możliwością

edycji danych. Przedsiębiorstwa z naszej bazy informujemy o zapotrzebowaniach importerów i inwestorów rosyjskich, nieodpłatnie udzielamy konsultacje poprzez pocztę elektroniczną, telefon lub fax dotyczący współpracy z rynkiem rosyjskim.

Portal Polsko - Rosyjskiej Współpracy Gospodarczej - www.ewm.pl firmy EWM Ltd sp. z o.o. Portal jest młodym tworzącym się serwisem internetowym dla ludzi biznesu z Polski i Rosji. Domeną portalu jest współpraca bez pośredników i barier językowych. Oferta firmy EWM Ltd jest w trakcie rozwoju i ma zagwarantować naszym klientom usługi w oparciu o wiedzę realiów rynku polskiego i rosyjskiego, możliwości internetu i naszych przedstawicieli na terenie Rosji i Polski. Celem firmy EWM Ltd. jest wprowadzanie przedsiębiorstw polskich na rynek rosyjski.

BiznesPartner.pl: Jakie usługi oferujecie swoim klientom?

Aleksander Kobiz: Naszym klientom oferujemy: rejestrację w bazie przedsiębiorstw (opis działalności do 1000znaków) i umieszczenie podstrony internetowej w języku polskim i rosyjskim (z fotomateriałami i opisem do 5 stron A4). Rejestracja w bazie umożliwia kontrahentom z Polski i Rosji zapoznanie się z ofertą Państwa firmy w dwóch wersjach językowych. Dane o firmie można zmieniać lub uzupełniać w ramach abonamentu; usługi konsultingowe, marketingowe, prawne, logistyczne i reklamowe, pozwalające na obniżenie kosztów pozyskiwania nowych kontrahentów, kosztów współpracy i działalności handlowej na rynku rosyjskim; zamieszczenie ofert handlowych i inwestycyjnych łącznie z fotomateriałami, z którymi potencjalni kontrahenci z Polski i Rosji będą mogli się zapoznać w języku polskim i rosyjskim. Aby pomóc naszym klientom w nawiązaniu lub rozszerzeniu kontaktów w Europie Wschodniej, prowadzimy stałą rejestrację strony www.ewm.pl / www.ewm.ru w regionalnych i branżowych serwisach internetowych (rosyjskich i polskich) oraz wzajemną systematyczną wymianę banerów.

BiznesPartner: firmy jakich branż mają szansę na odniesienie sukcesu na rynku rosyjskim, jakie towary i produkty z Polski mogą liczyć tam na zainteresowanie ze strony konsumentów lub kontrahentów?

Aleksander Kobiz: Od lat 80-tych na rynku rosyjskim bardzo dobrze znane takie polskie branże jak spożywcza, farmaceutyczna, kosmetyczna, produkcja mebli, odzieży i obuwia. W latach 90-tych rozbudowały się w Polsce i odniosły zainteresowanie rosyjskich importerów takie branże jak produkcja maszyn do przemysłu spożywczego, lekkiego, artykuły i towary dla produkcji mebli, towary i materiały budowlane, usługi drukarskie, budowlane, produkcja opakowań, chemia gospodarcza i inne.

BiznesPartner: Jakie są podstawowe różnice pomiędzy działaniem na rynku polskim i rosyjskim - co trzeba wiedzieć i jakich błędów nie popełniać?

Aleksander Kobiz: Żeby nie popełniać błędów i odnosić sukcesy na rynku rosyjskim trzeba wiedzieć że sposoby działania rosyjskich biznesmenów kardynalnie się zmieniły. Duże przestrzenie Rosji i wysokie koszty telefonów międzymiastowych zmusiły Rosjan do aktywnych inwestycji w Internet. Obecnie prawie każda firma rosyjska zdolna do importu rozpoczyna marketing zagraniczny poprzez Internet. O jakości i poziomie rosyjskiej sieci internetowej świadczy jej funkcjonalność, przejrzystość, jakość i otwartość. Każdy rosyjski dystrybutor i producent podaje ceny na oferowane towary lub usługi. Czasami podają cenę którą zapłacą za poszukiwany towar. Skończyły się czasy, gdy importer rosyjski z portfelem gotówki jeździł mikrobusem lub tirem po hurtowniach polskich poszukując towary. Obecnie Rosjanie próbują znaleźć w polskiej sieci internetowej nowe towary, usługi i niestety niewiele mogą znaleźć.

Kupujący Rosjanin chce widzieć w polskiej sieci internetowej oferty handlowe, które nie wymagają tłumaczenia, zawierają dokładne warunki sprzedaży. Według mnie tylko około 10% polskich przedsiębiorstw posiadają taką ofertą i właśnie one odnoszą sukcesy handlowe z Rosją. W Rosji obecnie wysoka wydajność środków zainwestowanych w towar lub technologię. Jeżeli w zaplanowanym czasie importer rosyjski nie znalazł konkretnej cenowej oferty za towary w Polsce on podejmuje decyzję i nadpłaca na Zachodzie za towary, które posiada Polski producent. Wystarczy obejrzeć sieć internetową krajów Zachodnich. Ponad 20 % Zachodnich eksporterów posiadają oferty w języku rosyjskim z określonymi cenami. I na tym polega obecnie podstawowa różnica pomiędzy działaniem na rynku polskim i rosyjskim.

Rynek rosyjski dzisiaj podobny do polskiego z lat 1994-1996 r. Tak samo w tym roku Rosja została uznana za kraj gospodarki rynkowej. Obecnie europejskie i światowe instytucje finansowe poszukują tematów i miejsca dla inwestycji w Rosji. Nowa polityka podatkowa-prawna tworzy rosyjski rynek bezpiecznym, wydajnym i współczesnym. Dzisiaj rosyjskie regiony prezentują ludzie młodzi 25-35 lat. Właśnie oni, wykształceni według najlepszych światowych wzorców gospodarki rynkowej, prowadzą prywatne firmy, pracują w organach administracji państwowej zadają tempo rozwoju kapitalizmu rosyjskiego.

BiznesPartner: Jeżeli na rynku rosyjskim zamierza działać firma z sektora małych i średnich przedsiębiorstw chcąc sprzedawać tam swoje

produkty i usługi. to na jakie koszty związane z wejściem na rynek musi się przygotować (siedziba, reklama itp)?

Aleksander Kobiz: Koszty związane z wejściem na rynek rosyjski nie są wysokie. Po pierwsze, - utworzenie dokładnej oferty w sieci internetowej w języku rosyjskim. To jest koszt od 600 - 1500 złotych w zależności od pojemności zawartych materiałów. Firmy, które nie doceniają obecności swojej oferty i reklamy w internecie nie mogą liczyć na opanowanie rynków zagranicznych. Po drugie, - rejestracja filii, oddziału lub sp.z o.o. z kapitałem polskim w wybranym regionie Rosji. Taką usługę wykonujemy za ok. 5000,00 zł (za te pieniądze nasz klient dostaje,- RHB, NIP, REGON, konto w banku i pieczętkę, adres siedziby w Rosji). Prowadzenie swojej firmy w Rosji zapewnia bezpieczeństwo finansowe w eksporcie, ponieważ nabywcą jest Wasza firma polska na terenie Rosji.

Miesięczny koszt utrzymania firmy (średniej hurtowni regionalnej) w Rosji taki sam jak w Polsce. W rosyjskich miastach do 1 mln mieszkańców koszt utrzymania biura, księgowości i 2-3 pracowników wyniesie 1000-1500 USD. Wydatki na reklamę w lokalnych mediach 200-300 USD.

Małym i średnim firmom doradzamy utworzenie w kooperacji wspólnej polskiej firmy w Rosji. Na przykład producent obuwia z producentem opakowań do tego obuwia. W zależności od rodzaju towarów określamy i doradzamy klientom region rosyjski z najmniejszą konkurencją i najwyższą ceną. Nie patrzemy na metropolie rosyjskie. W Centralnej Rosji skupiony jest największy przemysł i kapitał. Importerzy z Centralnej Rosji nie zamawiają towarów mikrobusem, a raczej tirem, wagonem, . Wołga, Don, Ural, - teren o powierzchni polskiej na którym skupiono ponad 50 mln mieszkańców i prawie cały przemysł rosyjski. Tu warto się znaleźć.

Po wykonaniu usługi rejestracji oferujemy całą logistykę związaną z minimalizacją kosztów eksportu, importu i prowadzenia działalności handlowej lub produkcyjnej w Rosji. Rosjanie mówią, -"płacenie podatków to obowiązek, płacenie niskich podatków to sztuka". Nasze usługi oparte są o wiedzę realiów rynku rosyjskiego i doświadczenie specjalistów wysokiej klasy z różnych regionów Rosji.

BiznesPartner: Mówiąc o Rosji przedsiębiorcy mają na myśli najczęściej Moskwę, Sankt Petersburg lub Kaliningrad. Jakich usług i produktów, które mogą być dostarczone przez polskie firmy - potrzebują nie tylko rosyjskie metropolie, ale również rosyjska "prowincja"?

Aleksander Kobiz: Metropolie rosyjskie obecnie prowadzą intensywną politykę inwestycyjną w budownictwo i utworzenie nowych

technologii produkcyjnych branży spożywczej i przemysłowej. Prowincja rosyjska, która jeszcze do niedawna zaopatrywała się towarami wyłącznie z rosyjskich metropolii poszukuje bezpośrednich dostawców z zagranicy. I właśnie w prowincji rosyjskiej największe szanse mogą mieć małe i średnie polskie firmy. A prowincja rosyjska, to prawie cała Rosja.

BiznesPartner: Kiedyś polskie produkty żywnościowe (m.inn. Hortex) miały bardzo dobrą markę na rynku krajów b. ZSRR. Czy obecnie są jeszcze takie marki, produkty lub firmy, które istnieją w świadomości konsumentów rosyjskich. Czy pojawiły się nowe, które zdobywają rynek rosyjski?

Aleksander Kobiz: Kiedyś w prawie każdym centrum obwodowym Rosji był Towarowy Dom Polski. Wizytówka najlepszych produktów z Polski, - soki, konserwy, wędliny, kosmetyki, ubrania, obuwie, i inne. Tradycja takiej wymiany handlowej niestety umarła w latach 90-ych. Ale w mentalności Rosjan pozostała dobra pamięć o towarach z Polski Obecnie w Rosyjskich regionach są inwestorzy zainteresowani utworzeniem Polskich Marketów. Firma EWM Ltd prowadzi pertraktacje na ten temat w Czelabińsku, Samarze, Jekaterynburgu, Iżewsku. W Iżewsku trwają przygotowania do budowy 5 marketów, jeden z nich może stać się polskim. W tym celu gościliśmy przedstawicieli administracji Iżewska i inwestora. Obecnie kończymy opracowanie projektu firmy EWM Ltd, - Hurtownia polskich towarów przemysłowych w Centralnej Rosji - na bazie naszej filii w Rosji.

Prowadzimy dokładny marketing cen i asortymentów w kilku rosyjskich obwodach, pertraktację z rosyjskimi regionalnymi dystrybutorami. Poszukujemy w Polsce zainteresowanych naszym projektem producentów do długotrwałej wzajemnie korzystnej współpracy na rynku rosyjskim. Chętnie nawiążemy kontakt z zainteresowanymi naszym projektem przedsiębiorstwami.

Источник: <http://info.ewm1.pl/?id=15>



ПОДСКАЗКА:

prezes – президент

korzyść – выгода

wizytówka – визитная карточка

obniżenie kosztów – понижение расходов

branża – отрасль

wejść na rynek – появиться на рынке

koszt utrzymania – расходы по содержанию

nawiązać kontakty – установить контакты

☺. *Ответьте на вопросы по тексту из предыдущего задания:*

1. Какую помощь оказывает польским предпринимателям портал ewm.pl?
2. Какие польские фирмы могут добиться успеха на российском рынке?
3. Чем характеризуется рынок в современной России?
4. Какие расходы несет фирма, которая желает сотрудничать с российскими партнерами?
5. В чем нуждается российская „провинция“?

☺. *Прочитайте текст. Ответьте на следующие вопросы:*

1. Что импортирует и экспортирует Польша?
2. Какие проблемы связаны с польско-российским сотрудничеством?
3. Как оцениваете развитие торговли между Польшей и Россией в будущем?

Wzajemna wymiana handlowa

Na rynku rosyjskim, w ciągu ostatnich dwóch lat, poczyniły się znaczne postępy dotyczące sposobów alokacji kapitału. Wzrost zamożności społeczeństwa rosyjskiego, przyniósł w efekcie zapotrzebowanie na dobra luksusowe, o wyższym standardzie niż dobra rodzimej produkcji. Polska jako przyszły partner Rosji, powinna skrupulatnie wykorzystać szansę, jaka się przed nią otworzyła i wejść śmiało na rynek rosyjski z niezbyt drogimi produktami (o umiarkowanych cenach) a także dość wysokiej jakości.

Infrastruktura rosyjskich dróg, jest korzystnie ułożona w stronę Polski. Dzięki modernizacji i naprawie wielu odcinków autostrady, a także terminali odprawowych po stronie rosyjskiej, transport samochodowy po między Rosją i państwami zachodnimi, będzie mógł się znacznie ożywić. Układ dróg odzwierciedla, że Moskwa jest rzeczywistym sercem - centrum tego kraju.

Największym partnerem Polski na Wschodzie od lat pozostaje Rosja, dzieje się tak głównie za sprawą wzmożonego importu różnorodnych surowców paliwowych (ropa naftowa, gaz ziemny). Wysoki udział tych rosyjskich produktów w polskim imporcie jest aż tak wysoki, że gdyby Polska zaopatrywała się w paliwa z innego źródła pochodzenia, to w wymianie handlowej z Rosją mielibyśmy nadwyżkę. Na tle wymiany

handlowej z innymi krajami, import z Rosji surowców, stawia ją na pozycji głównego partnera strategicznego Polski. Część polskich ekonomistów uważa że uzależnianie się od importu paliw z Rosji, może bardzo niekorzystnie wpływać na nasz rynek, na którym sprzedaje się aż 65% gazu ziemnego i 95% ropy naftowej pochodzenia rosyjskiego.

Sprawa gazu (nitka przez Polskę do Niemiec) wciąż pozostaje otwarta do wielu negocjacji, choć już podpisano już kontrakt wstępny. Polska strona negocjacyjna dobrze wie że, do głównego konsumenta - Niemiec, Gazprom bez udziału Polski nie dotrze i dla tego stawiają twarde i wygórowane warunki - jednocześnie negocjując budowę nowych gazociągów ze Skandynawami . Rozmowy Polsko - Rosyjskie o gazie , przyniosły w efekcie podpisanie niezwykle ważnej umowy międzypaństwowej dotyczącej współpracy regionalnej. Także podpisanie umowy polsko-rosyjskiej, dotyczącej sprzedaży ropy z pominięciem cypryjskich pośredników doprowadziło do miliardowych oszczędności polskich rafinerii (minimum 10mln USD - rocznie).

Współpraca regionalna została rozpoczęta poprzez podpisanie kontraktu na zakup polskich autobusów "Autosan" , które będą wysyłane do Obwodu Kaliningradzkiego bez cła i tam montowane. Szacuje się że dzięki tej umowie, zatrudnienie po stronie rosyjskiej znajdzie ok. 1500 osób. Struktura polskiego eksportu do Rosji jest o wiele bardziej zróżnicowana niż importu. Dominują tu przede wszystkim przetwory rolno - spożywcze, a także różnorodne maszyny i urządzenia, które stanowią główne źródło modernizacji rosyjskiej gospodarki. Rosyjskie zapotrzebowanie na produkty, należy urealniać, o panujące tam warunki ekonomiczne, które są bardzo wygórowane. Rynek rosyjski, wbrew pozorom nie jest słabym rynkiem, a wręcz przeciwnie, np. gdy w USA i Japonii panowała recesja na rynku reklamy to rosyjski rynek przeżywał prawdziwy boom. O sile rosyjskiego rynku może świadczyć także zwiększający się corocznie deficyt polskiego eksportu do Rosji.

W Rosji nie sprzedaje się towarów w sposób przypadkowy. Bez systemowych rozwiązań wspomagających eksporterów w formie dotacji, dopłat, ubezpieczeń, kredytów, gwarancji itp. nie uda się na trwale ulokować na rynku rosyjskim. W. Putin śmiało skrytykował rząd za brak postępów w rozwoju Federacji Rosyjskiej - wspieranie jej importu, oraz braku prowadzenia polityki, która miałaby wpływać korzystnie na czynniki makroekonomiczne.

Z Polskiej strony wspieranie polskiego eksportu do FR jest niemalże nie rozwinięte, polscy eksporterzy liczą na wielomiliardowe kontrakty, które według nich mają być zawarte za pośrednictwem polskiego rządu. Wielu polskich eksporterów oczekuje solidnego wsparcia od strony

rosyjskiej, - obniżenie stawek celnych przede wszystkim na materiały budowlane i meble. W latach 1995-1997 polski eksport do Rosji, rósł dynamicznie jak i import. Niestety, za sprawą kryzysu rosyjskiego nastąpiło wyraźne osłabienie struktury eksportu, a wzrost cen surowców paliwowych na rynku rodzimym, doprowadził do olbrzymiego zwiększenia się importu.

Z roku na rok zwiększający się systematycznie import wyrobów z Rosji, oraz stale słabnący eksport wyrobów do tego kraju, doprowadziły do pokaźnego deficytu handlowego w wymianie po między naszymi krajami. Stale zwiększające się ujemne saldo tych obrotów świadczy nie o zacofaniu rynku rosyjskiego, lecz o słabości polskiej gospodarki i polskich przepisów celnych. Aby zmniejszyć niekorzystny deficyt prezydent Rosji proponuje oprzeć współpracę na solidnym fundamencie, tylko w takim wypadku można myśleć o układaniu kontaktów w dłuższej perspektywie.

Wzrasta zainteresowanie rynkiem polskim w Rosji, a W. Putin spostrzega nas jako kraj, który może otworzyć drogę Rosji do ścisłej współpracy z Zachodem. (zapewnienie prezydenta A. Kwaśniewskiego o wprowadzeniu tanich i długoterminowych wiz dla obywateli obwodu Kaliningradzkiego doprowadziło do kolejnego ocieplenia wzajemnych stosunków). Sytuacja polskiego eksportu diametralnie się zmieniła, teraz Rosja przesyła do Polski kosmetyki, a czasami i żywność - która jest specjalnością polskiego eksportu. Polskie towary są systematycznie wypierane na rynku rosyjskim po przez towary subsydiowane z UE. Największą konkurencją dla polskiego eksportu do FR stała się Ukraina. Ukraina przejęła rynek meblowy, a także stopniowo zaczyna przejmować rynek art. tekstylnych i chemicznych.

Dużą nadzieją Polski jest odbudowanie eksportu leków do FR, jedynym problemem jest brak specjalistów farmaceutów po stronie wschodniej. Dużym problemem polskich eksporterów są obawy przed rosyjskimi kontrahentami, którzy mogą się okazać nieuczciwymi i niewypłacalnymi. FR nie jest zacofanym krajem, w którym nie można odzyskać należnych pieniędzy. Jeżeli obawy eksporterów nie dotyczą pieniędzy lecz obaw dostarczenia towaru - to mogą go ubezpieczyć w prawie każdej korporacji ubezpieczeniowej - lecz nie robią tego (jedynie 5%).

Należy wyzbyć się uprzedzeń, co do rynku rosyjskiego - że panuje tam anarchia i chaos. FR na dobrą sprawę ma bardziej przemyślany system ekonomiczno - inwestycyjny niż Polska - tam nikt nie marnotrawi środków finansowych na zbędne rzeczy, a inwestycje rządowe są prowadzone pod ścisłą kontrolą. Należy także pamiętać że rosyjska

gospodarka dynamicznie się odradza, a budżet FR nie posiada deficytu, lecz nadwyżkę - co świadczy o wysoko rozwiniętej gospodarności środków państwowych.

Bezpiecznego eksportu domagają się także Rosjanie do Polski, obecnie największym gwarantem w wymianie rosyjsko - polskiej jest Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKKE). KUKKE udziela zaliczek, kredytów, poręczeń dla przedsiębiorców rosyjskich, chcących inwestować w Polsce. W ramach tego programu rosyjskie firmy mogą uzyskać kredyt na polskie usługi i towary. Wartość takich kontraktów nie może przekroczyć 10 mln USD, a okres spłaty kredytu nie może być dłuższy niż pięć lat. Działanie KUKKE jest dosyć ograniczone, zbyt słabo wspiera polskich przedsiębiorców - eksporterów.

Dlatego, aby dynamicznie wejść na rynek rosyjski z polskimi produktami, należy skorzystać z informacji zebranych w Krajowej Izbie Gospodarczej, a także z promocji polskich towarów organizowanych po przez Departament Promocji Gospodarczej w Ministerstwie Gospodarki. Dobrym wyjściem jest skorzystanie z agencji wywiadowczej i dokładne zapoznanie się z rynkiem rosyjskim i narzędziami marketingowymi odnoszącymi tam pożądane rezultaty.

Strona rosyjska wytyka Polsce brak inwencji, organizowania biur poręczeniowych i kredytowych. Obecnie projekt ożywienia eksportu do FR jest w fazie realizacji - zapewnia minister gospodarki J. Piechota. Szacuje się że rynek rosyjski to ponad 150 mln potencjalnych klientów na polskie wyroby - którzy są bardzo zainteresowani zakupem tanich, solidnych rzeczy. Niestety po stronie polskiej finansowanie i dofinansowywanie handlu jest na bardzo niskim poziomie. Dzieje się tak dlatego, że polskie banki nie mają swojego przedstawicielstwa w Rosji - wyjątkiem może tu być jedynie Kredyt Bank. Rosyjskie banki niechętnie rozmawiają z polskimi na te tematy, a zbyt restrykcyjne przepisy dotyczące powstawania nowych banków w FR - (łączenia się) zbyt mocno ograniczają polski eksport. Ten finansowy sektor gospodarki zagranicznej, należy rozwijać jak najbardziej dynamicznie, bo bez niego nie mamy szans aby odnosić sukcesy w sprzedaży za granicą na jakimkolwiek rynku .

Należy działać szybko i zdecydowanie, zmieniając kłopotliwe ustawy po stronie polskiej, a także wpływając na zmiany tych przepisów po stronie rosyjskiej. W. Putin nie dostrzega zagrożeń w stosunkach międzynarodowych FR, dostrzega tylko problemy, które należy rozwiązać, ze wzajemnym dobrym skutkiem. Kryzys na rynku rosyjskim, umożliwił ekspansję cierpliwym i wytrwałym. Zachodnie firmy wycofały się z rynku, pozostawiając wiele luk, do dziś nie zapełnionych.

Rosja oczekuje że polscy przedsiębiorcy zapełnią powstałe luki i stworzą nowe miejsca pracy. Żeby otwierać przedsiębiorstwa FR, tworzyć miejsca pracy, należy przeprowadzić odpowiednią segmentację rynku rosyjskiego, tak aby znaleźć nisze rynkowe. Obecnie jest to bolączką polskich eksporterów, ponieważ, uczą się dopiero na swoich błędach, zamiast przewidywać ruchy na rynku rosyjskim. Polscy eksporterzy muszą sobie uświadomić że na rosyjskim rynku, nie ma już miejsca na towary o przeciętnej jakości a po wygórowanej cenie. Sfera tego rynku przeciętności co raz bardziej zacieśnia się, pozostają tylko produkty drogie i tanie - brakuje tu stanu pośredniego, który został wyeliminowany po przez drogie markowe produkty z UE i USA, oraz po przez tanie wyroby z Chin i Tajwanu.

Источник: <http://opinie.ewm1.pl/?id=4>



ПОДСКАЗКА:

wymiana handlowa – торговый обмен
 zamożność – зажиточность
 rodzimy – отечественный
 paliwo – топливо
 nadwyżka – излишек, перевес
 surowiec – сырье
 uzależnić się – поставить себя в зависимость
 gaz ziemny – природный газ
 góra naftowa – нефть
 oszczędność – экономия, бережливость
 urządzenia – оборудование
 zapotrzebowanie na – потребность в (чем?)
 recesja – регресс
 dopłata – приплата
 ścisła współpraca – тесное сотрудничество
 leki – медикаменты
 zaliczka – аванс
 poręczenie – поручительство

☺. *Переведите на русский язык данные польские пословицы, связанные с торговлей:*

- *Jak zarobić, to kupiec, jak stracić, to głupiec.*
- *Jaki kupiec bywa, takie miewa kramy.*
- *Każdy kupiec swój towar chwali.*
- *Kupiec kursorowi wrogiem.*

☺. К данным ниже определения подберите соответствующие термины:

1., это экономическая деятельность, заключающаяся в обмене результатами хозяйственной деятельности между предприятиями, юридическими и физическими лицами.

2., это форма организации розничной торговля, при которой покупатель делает свой выбор на основании присланных каталогов и проспектов.

3., это мероприятие, во время которого имеющиеся на месте товары, которые можно предварительно осмотреть, с последним ударом молотка продаются тому, кто предложит самую высокую цену.

4., это товарообмен с экономическими партнерами других стран, включая ввоз и вывоз товаров.



ПОДСКАЗКА:

торговля, аукцион, посылочная торговля, внешняя торговля.

☺. К данным определениям подберите соответствующие названия магазинных предприятий:

магазин по продаже продовольственных, галантерейных, хозяйственных и других товаров в виде крупного предприятия. торговые ряды

торговая точка, в которой покупатели заказывают товары по образцам, пробам и каталогам. киоск

специализированные магазины в форме крупного предприятия с незначительным побочным ассортиментом. торговый центр

объединение в одном пространстве самостоятельных предприятий розничной торговли и бытового обслуживания различных форм и размеров. универсальный магазин

предприятие розничной торговли, арендующее помещения в универсальном магазине, где за свой счет и силами собственного персонала осуществляет продажу своих товаров на выделенной ему площади. дисконтный дом

магазин без особого оформления, без индивидуального обслуживания покупателей и сервиса. магазин в магазине

очень маленький магазин, предлагающий в местах с интенсивным движением транспорта товары быстрой реализации (сигареты, газеты, сладости). контора по приему заказов

☺. Прочитайте текст. Вставьте пропущенные слова:

Иностранные предприятия могут с Польшей посредством непосредственно с польским предприятием или через специализированное агентство. Агентства подчиняются тем же правилам, что и торговые представительства. внешней торговли, принадлежавшая Организации Внешней Торговли постепенно исчезла начиная с 1980-х годов. В рамках реформ, проведенных в 1990 году, практически все качественные и лицензионные ограничения на были отменены. Были введены следующие основные принципы:

- право на торговлю с иностранными партнерами принадлежит любому и любому предприятию;
- применяются одинаковые таможенные и ставки налога на импорт для всех типов предприятий;
- за исключением торговли некоторыми видами товаров и услуг (оружие, управление портами, правовые услуги, импорт потребительских товаров) внешняя торговля не требует.....;
- Совет Министров имеет право наложить временные ограничения на с иностранными партнерами. (Следует отметить, однако, что такая возможность ограничена статьями Договора о Присоединении к Европейскому Союзу, который запрещает введение новых, а также повышение ныне существующих таможенных и.....).



ПОДСКАЗКА:

физическое лицо, лимиты, тарифы, торговать, внешняя торговля, лицензирование, заключить сделку, торговый обмен, монополия, пошлины.

☺. Скажите, в чем суть „муравьиной” торговли?

Эпоха "муравьиной" приграничной торговли жителей Калининградской области с Польшей заканчивается. Об этом во вторник, на открытии польской национальной выставки "POLEXPORT - Kaliningrad 2003", сообщил губернатор Владимир Егоров.

По его словам, сейчас жители городов области, близких с российско-польской границе, занимаются так называемой "муравьиной" торговлей. Именно она помогает многим жителям

региона продержаться на плаву. Но, рано или поздно жителей приграничных районов придется переориентировать на производство. Неизбежно создание совместных российско-польских предприятий, основными работниками которых станут жители приграничных районов Калининградской области и Польши.

По словам В. Егорова, именно этому содействует открывшаяся сегодня Восьмая Польская национальная выставка "POLEXPORT - Kaliningrad 2003". Свою продукцию на ней представляют около 300 польских фирм, производящих самую разнообразную продукцию, в том числе, из приграничных воеводств. И уже завтра, как отметил губернатор, можно ожидать заключения новых контрактов, передает ИА "Каскад".

Введение виз на восточной границе Польши нанесет удар по мелкой приграничной торговле Польши с Белоруссией, Украиной и Россией, полагают здешние эксперты. В настоящее время они оценивают общий объем торговых сделок, осуществляемых мелкими незарегистрированными торговцами по обе стороны границы, приблизительно в 700 млн долларов в год.

Торговцев, занимающихся этим видом бизнеса, в Польше называют "мрувками", то есть в переводе на русский "муравьями". Они пересекают границу на поездах местного сообщения, личных автомобилях, или даже пешком через пограничные переходы. За одну поездку перевозят небольшое, строго определенное количество товара, не превышающее разрешенных таможенной норм.

Специалисты полагают, что в Польше такой вид мелкого бизнеса кормит несколько 100 тыс. семейств, проживающих в восточных воеводствах. Примерно 200-250 млн долларов польские "мрувки" ежегодно получают за счет торговли с Белоруссией, 300-350 млн долларов - от Украины, 50 млн долларов - из Калининградской области РФ. Однако независимые аналитики из польского Института восточных исследований и эксперты министерства экономики, труда и социальной политики сходятся в том, что с 1 октября жизнь "мрувок" изменится в худшую сторону. Особенно трудными будут первые полгода, когда "мрувки" почти "вымрут", затем начнется медленное оживление мелкой приграничной торговли, но она уже никогда не сможет достичь современного уровня, считает ведущий специалист по торговым отношениям с восточными соседями в министерстве экономики Лех Пинтер. Тяжелые времена наступят и для многих польских производителей, ориентировавшихся главным

образом на "мрувок", приехавших в Польшу с востока. Пострадают производители польской мебели, косметики, продовольственных товаров, действующие в восточных воеводствах. В течение последних лет приехавшие из Белоруссии мелкие торговцы скупали их продукцию и перепродавали у себя на родине. С 1 октября этого года поездка в Польшу для белорусского гражданина станет дорогим удовольствием - одноразовая польская виза в Белоруссии будет стоить десять долларов, а многократная - 50 долларов. Очевидно, что для мелких торговцев необходимость платить за визы значительно снизит привлекательность торговли с Польшей. В прошлом году было зарегистрировано полтора млн пересечений польско-белорусской границы, значительная часть которых пришлась на долю "мрувок". Польские специалисты ожидают, что после введения виз численность белорусских граждан, посещающих их страну, может сократиться примерно на 30%. Это значит, что меньше посетителей будет в польских кафе и закусочных, меньше постояльцев в гостиницах и мотелях. Если это действительно будет так - в восточных воеводствах Польши продолжит возрастать безработица. В соответствии с официальными данными Главного статистического управления Польши, в августе этого года в стране насчитывалось 3 млн 99 тыс безработных или 17,6% всего трудоспособного населения. В восточных воеводствах этот показатель был на порядок выше. К примеру, в граничащем с Калининградской областью РФ Варминьско-Мазурском воеводстве только официально зарегистрированных безработных насчитывалось около 28%. По мнению польских аналитиков, меньше всего от введения визового режима пострадают "мрувки", работающие на границе Польши и России - в Калининградской области. По условиям соглашения, подписанного между Польшей и Россией, для польских граждан, едущих в Калининградскую область, и для жителей области, направляющихся в Польшу, и многократные, и одноразовые визы будут бесплатными, а, значит, "производственные расходы" мелких торговцев не возрастут и бизнес не станет менее прибыльным.

Источник: http://www.unex.ru/cgi-bin/news/view.cgi?id=2399&cat_id=1&print=1

☺. На основании информации о торговых отношениях между Польшей и Санкт-Петербургом подготовьте рассказ об отношениях с Москвой:

Экономические отношения Польши и СПб вызывают осторожный оптимизм

За последние три года торгово-экономические связи между Польшей и Санкт-Петербургом заметно активизировались.

По данным Регистрационной палаты, на 1 января 1996 г. в СПб действовало 271 российско-польское СП (4-е место в общем списке). Общая сумма инвестиций, сделанных этими предприятиями в экономику города, составила 839 045 тыс. руб. В 1995 г. товарооборот достиг \$ 150 млн.

В структуре импорта из Польши основное место занимают продовольственные товары. По словам консула по торговле генконсульства Польши в СПб Славомира Гарновского, такой уровень товарооборота и такая структура поставок не исчерпывают польских возможностей.

Кроме продовольственных товаров из Польши в СПб поступают медикаменты, предметы бытовой химии, мебель, стройматериалы. На одном из петербургских предприятий в конце 1995 г. была запущена польская технологическая линия по производству хлеба мощностью 20 т в сутки.

Польские фирмы уже традиционно предлагают в СПб свои строительно-монтажные услуги, в частности в сфере реставрации исторических памятников. Так, одна из польских фирм занимается реставрацией дворцов в Петергофе и Царском Селе.

Возросло присутствие польских предприятий и на проходящих в Санкт-Петербурге выставках. В прошлом году национальные разделы Польши были организованы в рамках пяти промышленных выставок.

Должного развития не получили пока кооперационные связи, ведь кооперация так или иначе зависит от инвестиций и поставок комплектующих. Многие не хотят рисковать из-за продолжающегося спада в большинстве отраслей промышленности СПб, часто меняющегося законодательства, чрезмерного налогового бремени.

В финансовой сфере взаимоотношений между СПб и Польшей, напротив, произошли положительные сдвиги. Установлены прямые корреспондентские отношения польских банков с банками СПб. Открыл свое представительство в Санкт-Петербурге польский банк "РЕКАО".

Внешнеторговый отдел генконсульства Польши в Санкт-Петербурге оказывает российским и польским предприятиям консультационную помощь и информационную поддержку.

☺. Составьте диалоги на основании данных:

1. Евгений Иванович, директор Гипермаркета, 40 лет, оптимист – убеждает людей в том, что гипермаркет в их городе окажет положительное воздействие на развитие города, многие люди найдут работу, цены будут гораздо ниже чем в других магазинах.

2. Татьяна Алексеевна, домохозяйка, 35 лет, сторонник построения гипермаркета – пытается убедить других людей, что они смогут купить много дешевых товаров.

3. Иван Сергеевич, владелец магазина, 50 лет – опасается банкротства своего магазина, 10 человек может потерять работу.

4. Анна Владимировна, пенсионерка, 75 лет – благодаря дешевым товарам сможет купить хорошую ветчину, сыр, колбасу, сахар. До сих пор покупает только товары плохого качества.

5. Александр Александрович, инженер, 25 лет, у него трое детей – может строить гипермаркет, получить приличные деньги, его дети любят сладости, которых в гипермаркете много, смогут там также играть и проводить больше времени с родителями.

☺. Заполните таблицу:

Польша	
экспорт	импорт
Россия	
экспорт	импорт

☺. Прочитайте текст и ответьте на послетекстовые вопросы:

Где и как торговать колбасой?

В стране развивается малый бизнес. Очень часто он связан с продажей продуктов. И тут порой столько бюрократических препонов! Потому уместен некий спецликбез.

Индивидуальный предприниматель должен прийти на прием в Центр Госсанэпиднадзора по месту размещения предполагаемого объекта и обсудить возможность организации торговли в конкретных условиях в соответствии с действующими "Санитарно-эпидемиологическими требованиями к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов" (СП 2.3.6.1066-01).

Как правило, получив какое-то помещение, индивидуальный предприниматель проводит его капитальный ремонт, затрачивает немалые денежные средства, а затем учреждение госсанэпидслужбы не может выдать санитарно-эпидемиологическое заключение на размещение в нем организации торговли, так как помещение не соответствует упомянутым санитарным правилам.

В последующем, возможно, возникнет необходимость представления проектной документации на реконструкцию объекта или достаточно провести косметический ремонт. Консультация в Центре санэпиднадзора поможет избежать ненужных затрат и сэкономить ваше время при получении санитарно-эпидемиологического заключения.

Таким же образом необходимо поступать, когда решается вопрос строительства нового объекта, предполагается аренда помещений, расположенных в зонах промышленных предприятий и т.д.

Санитарные правила допускают размещение организаций торговли в пристроенных, встроенных, встроенно-пристроенных в жилые дома помещениях и зданиях иного назначения.

Этот вопрос всегда был актуален и достаточно сложен в решении, особенно для организаций, расположенных в домах старой застройки. Такое размещение предприятий, как правило, вызывало и вызывает значительный поток жалоб со стороны жильцов, особенно из домов, расположенных в так называемом старом жилом фонде, конструкция которых практически не может обеспечить выполнение санитарных правил.

Выбор помещения (здания) для размещения организаций торговли является, пожалуй, самым важным моментом для

получения санитарно-эпидемиологического заключения, так как в дальнейшем возникают не менее серьезные вопросы по соблюдению гигиенических требований к водоснабжению, канализации, вентиляции, отоплению, освещению, микроклимату, планировке, а также соблюдению условий труда и правил личной гигиены работающих.

Надо помнить, что санитарными правилами для организаций торговли пищевыми продуктами:

- ограничена площадь их размещения - не более 1000 м²;
- оговорены условия загрузки продуктов - только с торцевой части жилых зданий, не имеющих окон, из подземных тоннелей при наличии специальных загрузочных помещений;
- запрещен завоз продукции в организации торговли в ночное время;
- деятельность организации торговли не должна ухудшать условия проживания, отдыха, лечения, труда людей, живущих в зданиях, где торгуют продуктами;
- ассортимент продовольственного сырья и пищевых продуктов, реализуемых в организациях торговли, должен соответствовать их виду и типу;
- планировка и технические возможности торговой организации должны обеспечивать оговоренные в санитарных правилах условия приема, хранения, переработки и реализации продовольственного сырья и пищевых продуктов, соблюдение правил личной гигиены работниками.

Для того чтобы жить в мире с жильцами домов или с сотрудниками рядом расположенных учреждений, руководители организаций торговли должны проводить гибкую и разумную политику в плане перепрофилирования предприятий, сокращения ассортимента и объема выпускаемой и реализуемой продукции, провести соответствующие шумозащитные мероприятия.

В соответствии со ст. ст. 10, 11 Федерального закона "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" и ст. 26 Федерального закона "О качестве и безопасности пищевых продуктов" вся ответственность за соблюдение санитарных норм, гигиенических нормативов возложена на руководителя предприятия торговли.

В соответствии со ст. 32 Федерального закона "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" и ст. 22 "О качестве и безопасности пищевых продуктов" во всех организациях торговли, независимо от форм собственности должен быть организован производственный контроль.

Санитарные правила "Организация и проведение производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий СП 1.1.1058-01" предусматривают ответственность руководителей предприятий за организацию производственного контроля.

Номенклатура, объем и периодичность лабораторных исследований устанавливается руководителем предприятия с учетом вида и типа предприятия, его мощности, санитарно-технического состояния, наличия производственных вредностей, степени их влияния на работающих и окружающую среду.

Программа (план) проведения производственного контроля должны быть согласованы с центрами Госсанэпиднадзора по месту размещения предприятия.

Внедрение производственного контроля повышает ответственность руководителя организации за качество и безопасность выпускаемой и реализуемой продукции, создание необходимых условий труда для работающих меняет устоявшееся годами мнение руководителя, что за все несут ответственность органы и учреждения, осуществляющие государственный надзор и контроль. А мы, покупатели, будем приобретать на свой стол качественные продукты питания. Значительно повышается роль производственного контроля с утверждением Федерального закона "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)".

Организации торговли обязаны принимать и продавать только те пищевые продукты и продовольственное сырье, которые соответствуют требованиям нормативной и технической документации и имеют документы, подтверждающие их происхождение, качество и безопасность для здоровья населения. Если у торговца нет необходимых условий для соблюдения температурных и влажностных условий хранения продуктов,

которые изложены в нормативной и технической документации, принимать и реализовывать продукты он не вправе.

Нередко в адрес органов и учреждений госсанэпидслужбы поступают жалобы, часто, дескать, приходится согласовывать ассортимент изготавливаемой и реализуемой продукции в организациях торговли.

В целях исключения подобных факторов надо помнить, что в соответствии с санитарными правилами для организаций торговли "ассортимент продовольственного сырья и пищевых продуктов, реализуемых в организациях торговли, должен соответствовать виду и типу организации торговли. Планировка и технические возможности организации торговли должны обеспечивать требуемые условия приема, хранения, переработки и реализации продовольственного сырья и пищевых продуктов, соблюдение правил личной гигиены работниками, что подтверждается санитарно-эпидемиологическим заключением".

Основные документы, которые должны быть всегда под рукой у того, кто занимается "малым" бизнесом:

1. Федеральный закон от 30.03. 1999 г. N52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения".
2. Федеральный закон от 02.01.2000 г. N 29-ФЗ "О качестве и безопасности пищевых продуктов".
3. Федеральный закон от 08.08.2001 г. N 134-ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)".
4. Санитарные правила "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов СП 2.3.6.1066-01".
5. Санитарные правила "Организация и проведение производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий СП 1.1.1058-01".

Источник: <http://www.rg.ru/proekt/book/39.shtm>

Вопросы к тексту:

1. С чего начинать торговлю?
2. Где можно разместить организации, торгующие пищевыми продуктами?

-
3. Какие требования надо обязательно выполнить при выборе помещения?
 4. Кто несет ответственность за соблюдение санитарных правил?
 5. Кто и как должен организовать производственный контроль?
 6. Что в результате производственного контроля получают индивидуальный предприниматель и потребитель?
 7. Что надо знать предпринимателю для выполнения требований приема, хранения, реализации и транспортировки пищевых продуктов?
 8. Как избежать частого согласования ассортимента изготавливаемой и реализуемой продукции?
 9. Какие документы необходимы для тех, кто занимается "малым" бизнесом?

4. ИНВЕСТИЦИИ И ПРИВАТИЗАЦИЯ

☺. Допишите недостающую информацию, образуя соответствующие формы глагола, существительного и прилагательного:

что? - инвестиция

что делать? -

кто он? -

какой? -

Запомните:

инвестиция = капиталовложение

инвестировать	деньги средства	в	экономику страну Россию
---------------	--------------------	---	-------------------------------

вкладывать средства в	сферу услуг сельское хозяйство инфраструктуру
-----------------------	---

☺. Переведите выделенные слова и словосочетания, которые Вы встретите в следующем Задании:

правоспособность -

осуществлять инвестиции -

вложить капитал -

изъять из оборота -

интеллектуальная собственность -

арендодатель -

предусмотреть законодательством -

объем инвестиций -

амортизационные отчисления -

затраты -

☺. Подберите термины к соответствующим определениям:

1. иностранное юридическое лицо; иностранная организация, не являющаяся юридическим лицом; иностранный гражданин; лицо без гражданства, которое постоянно проживает за пределами Российской Федерации, гражданская правоспособность которых определяется в соответствии с законодательством государства, в которых они учреждены, и которые вправе в соответствии с законодательством указанного государства осуществлять инвестиции на территории Российской Федерации, а также международная организация, которая вправе в соответствии с международным договором Российской Федерации осуществлять инвестиции на территории Российской Федерации; иностранные государства в соответствии с порядком, определяемым федеральными законами -

2. вложение иностранного капитала в объект предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации в виде объектов гражданских прав, принадлежащих иностранному инвестору, если такие объекты гражданских прав не изъяты из оборота или не ограничены в обороте в Российской Федерации в соответствии с федеральными законами, в том числе денег, ценных бумаг (в иностранной валюте и валюте Российской Федерации), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальную собственность), а также услуг и информации -

3. приобретение иностранным инвестором не менее 10 процентов доли, долей (вклада) в уставном (складочном) капитале коммерческой организации, созданной или вновь создаваемой на территории Российской Федерации в форме хозяйственного товарищества или общества в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации; вложение капитала в основные фонды филиала иностранного юридического лица, создаваемого на территории Российской Федерации; осуществление на территории Российской Федерации иностранным инвестором как арендодателем финансовой аренды (лизинга) оборудования, указанного в разделах XVI и XVII Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств (ТН ВЭД СНГ), таможенной стоимостью не менее 1 млн. рублей -

4. обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления прямой иностранной инвестиции,

включающее проектно - сметную документацию, которая разработана в соответствии со стандартами, предусмотренными законодательством Российской Федерации -

5. суммарный объем иностранных инвестиций в который составляет не менее 1 млрд. рублей (не менее эквивалентной суммы в иностранной валюте по курсу Центрального банка Российской Федерации на день вступления в силу настоящего Федерального закона), или инвестиционный проект, в котором минимальная доля (вклад) иностранных инвесторов в уставном (складочном) капитале коммерческой организации с иностранными инвестициями составляет не менее 100 млн. рублей (не менее эквивалентной суммы в иностранной валюте по курсу Центрального банка Российской Федерации на день вступления в силу настоящего Федерального закона), включенные в перечень, утверждаемый Правительством Российской Федерации -

6. срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта с использованием прямой иностранной инвестиции до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат коммерческой организации с иностранными инвестициями, или филиала иностранного юридического лица, или арендодателя по договору финансовой аренды (лизинга) приобретет положительное значение -

7. осуществление капитальных вложений в объекты предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации за счет доходов или прибыли иностранного инвестора или коммерческой организации с иностранными инвестициями, которые получены ими от иностранных инвестиций -



ПОДСКАЗКА:

иностранная инвестиция, инвестиционный проект, иностранный инвестор, срок окупаемости инвестиционного проекта, приоритетный инвестиционный проект, прямая иностранная инвестиция, реинвестирование

☺. *Переведите на русский язык слова и выражения данные в скобках:*

1. Инвестиции – это (długoterminowe lokaty kapitału) в экономику с целью получения прибыли.

2. Источником инвестиций фирмы являются ее собственные средства – (zysk, odliczenia amortyzacyjne), частично – (państwowe środki finansowe).

3. Финансовые инвестиции – это вложения в (papiery wartościowe), интеллектуальные – вложения в (przygotowanie pracowników, przekazywanie doświadczenia).

4. Общеизвестно, что (im więcej inwestycji ukierunkowanych jest na modernizację wyposażenia i technologii), тем они эффективнее.

☺. Прочитайте текст, переведите на польский язык подчеркнутые слова и выражения:

Иностранные инвестиции в России: надежды и реальности

Самой привлекательной формой для стран - импортеров, в том числе и для России, являются прямые инвестиции, позволяющие увеличить валовой внутренний продукт, бюджетные доходы, занятость, насытить отечественный рынок, привнести передовой управленческий опыт, использовать все преимущества конкуренции, улучшить структуру экспорта принимающей стороны.

В свою очередь, приоритет экспорта инвестиций над вывозом товаров для развитых стран вызван следующими факторами:

1. Перенос трудоемкого производства в страны с более дешевой рабочей силой снижает издержки производства, способствует повышению конкурентоспособности продукции.
2. Инвестиции в добывающие отрасли промышленности гарантируют обеспеченность сырьем.
3. Производство продукции в стране потребления понижает транспортные издержки инвестора.
4. Инвестиции в обрабатывающую промышленность позволяют преодолевать таможенные и административные барьеры.
5. Перенос вредных для окружающей среды производств в другие страны решает национальные экологические проблемы.

В настоящее время приоритетными направлениями экспорта капитала стали развитые страны, в то же время до августа 1998 года наблюдался рост инвестиций и в Россию. Определяющими факторами этого роста были следующие: дешевизна квалифицированной рабочей силы, наличие различных природных ресурсов, потенциально высокая емкость рынка, государственные льготы для западных инвесторов.

Продукция иностранных корпораций сразу заняла ведущее положение на российском потребительском рынке благодаря следующим причинам: всемирной известности и раскрученности торговых марок, высоким потребительским качествам товаров,

искусственному завышению курса рубля, высокопрофессиональной маркетинговой работе.

Приветствуя деятельность иностранных корпораций в России, отметим моменты,стораживающие и не благоприятствующие эффективному развитию российской экономики.

1. Инвестиции большинства транснациональных корпораций были направлены в основном в действующие российские предприятия / "Procter and Gamble", "Johnson and Johnson", "Henkel", "Nestle"/, что не усиливало конкуренцию, а заменяло российские товары на иностранные.

2. Получаемые доходы иностранными корпорациями в России пополняют в основном бюджеты стран и граждан - экспортеров, что не способствует увеличению совокупного спроса в стране.

3. Западные инвестиции в российскую экономику не сбалансированы инвестициями самих российских граждан, так как в стране до сих пор не сформировался класс эффективных собственников как крупных, так и небольших, что не создает условий для саморазвития экономики.

4. Наблюдается явно неэквивалентный обмен как в структуре товарооборота, так и во внешнеэкономической политике государств: с одной стороны, режим наибольшего благоприятствования по отношению к товарам развитых стран, а с другой - жесткий протекционизм этих стран к российскому экспорту, особенно промышленно переработанных. Оба фактора не способствуют развитию российской экономики.

5. Приоритетными сферами инвестирования являются топливно-энергетические, а в последнее время и машиностроительные отрасли, но надо учитывать, что весомость индустриальной составляющей, экономический успех стремительно падает на фоне нарастающей значимости информационной составляющей.

Возможные и ожидаемые политические, экономические перемены в России, поощрение государством развития отечественной промышленности, возвращение в перспективе российского капитала из-за рубежа вполне могут потеснить иностранный капитал на отечественном рынке.

По материалам: <http://www.prof.msu.ru/publ/ulan-ude/u04.htm>

☺. *Прочитайте текст:*

Иностранные инвестиции в экономику России

Для перестройки всего народнохозяйственного комплекса на рыночную основу, модернизации экономики, усиления ее социальной ориентации требуются огромные капиталовложения.

Для нормализации российской экономики в ближайшие 5-7 лет, по оценке американской консалтинговой фирмы "Эрнст и Янг", нужно привлечь 200-300 млрд. долл. Только одному топливно-энергетическому комплексу России для преодоления кризисных явлений потребуется 100-140 млрд. долл. Для замены и модернизации активной части производственных фондов нужно ежегодно привлекать 25-30 млрд. долл. Для этого необходимо перераспределять в пользу нашей страны примерно десятую часть международных прямых инвестиций.

Имея множество альтернативных предложений на более благоприятных условиях, чем в России, иностранный капитал не спешит и не будет спешить инвестировать в российскую экономику. Ближайшие соседи России, будучи более расторопны, перехватывают потоки западных инвестиций. Так, например, Венгрия, Польша, Чехия получили значительную часть иностранных инвестиций с начала 90-х годов. В 1996 г. общий объем иностранных инвестиций на душу населения в нашей стране составлял 44 долл., в то время как в Польше этот показатель находился на уровне 140, а в Венгрии - 1300 долл. В России 0,8% предприятий имеют в своем капитале иностранную долю, а в Венгрии - около 20%.

Готовность иностранного инвестора к вложению капитала в экономику России зависит от существующего в ней инвестиционного климата, а он в настоящее время является не очень благоприятным для широкого привлечения иностранных капиталов. Речь идет о целом ряде экономических и политических явлений, сдерживающих приток иностранных. в том числе американских, инвестиций в экономику России. Привлекательность России с точки зрения иностранных инвесторов зависит прежде всего от продвижения вперед в следующих наиболее важных сферах. Во-первых, соглашение о разделе продукции должно стать работоспособным законом. Принятие этого закона станет своеобразным сигналом: Россия сделала первый шаг по пути улучшения инвестиционного климата для стратегических инвесторов. Во-вторых, правительству необходимо будет добиться принятия решений по изменению налоговой системы. В противном случае привлекательность России по сравнению с другими

развивающимися рынками будет снижаться, что скажется на объеме стратегических инвестиций в 1999 г. При сегодняшних рисках налоги слишком велики. В-третьих, действующие в России правила бухгалтерского учета и аудита не отвечают требованиям рыночной экономики. Необходим переход на международную систему бухгалтерского учета, без которой развитие инвестиционных проектов будет затруднено. Наконец, необходимы изменения в таможенном законодательстве в направлении создания максимально благоприятных условий для предприятий с участием иностранного капитала.

Большинство американских инвесторов негативными факторами для деятельности в России считают также неразвитость транспортной и телекоммуникационной инфраструктуры, проникновение криминогенных элементов в предпринимательскую среду, низкий уровень менеджмента и технологий, коррупцию и бюрократизм. Кроме того, инвесторы США, имеющие опыт работы в России, отмечают не столько отсутствие необходимых законов, сколько невыполнение уже действующих, что приводит к нарушению прав акционеров.

Публикуемый ежегодно английским журналом "Экономист" рейтинг оценивает политико-экономический риск в России в 90% по сравнению с 30-40% для большинства европейских государств. В 1997 г. Россия по степени геополитического риска /интегральному показателю надежности/ находилась примерно на 86 месте в мире. По уровню экономического развития, по оценке западных экспертов, Россия занимает 12 место среди бывших социалистических государств, опережая лишь страны СНГ.

Отмеченная неудовлетворительность инвестиционного климата в России, с точки зрения зарубежных инвесторов, во многом связана с тем, что госрегулирование иностранных инвестиций осуществляется главным образом на основе Закона РСФСР "Об иностранных инвестициях в РСФСР" /от 4 июня 1991 г./, многие положения которого устарели и не соответствуют нынешнему этапу реформирования российской экономики.

Важные средства стимулирования притока инвестиций - создание свободных экономических зон /СЭЗ/, которые обеспечивают условия для привлечения иностранных инвестиций, технологий и управленческого опыта в экономику регионов, позволяют преодолеть дефицит накоплений на региональном уровне, способствуют ускорению перевода страны и ее регионов на

современные рыночные методы хозяйствования и внешнеэкономической деятельности.

Американские прямые инвестиции в России сосредоточены главным образом в производственной сфере /примерно 3/4 от общего объема накопленных прямых инвестиций/. При этом компании США являются крупнейшими инвесторами среди иностранных компаний в производственный сектор России: в 1997 г. на их долю приходилось около 54% общего объема прямых иностранных капиталовложений.

Хотя наибольший интерес для американских компаний представляют отрасли с низкой обработкой /добыча природных ископаемых/ и быстрокупаемые проекты в отраслях, продукция которых пользуется спросом населения /производство продуктов питания/, тем не менее инвестиции США направляются и в другие отрасли экономики России, в которых они рассчитывают получить высокие прибыли.

Приоритетными объектами вложений капитала США в производственную сферу России являются, прежде всего топливная и пищевая промышленность. К другим сферам вложения капитала относятся авиа космическая промышленность, телекоммуникации, производство медицинского оборудования и медикаментов, жилищное строительство, средства защиты окружающей среды, конверсия предприятий оборонных отраслей.

На непромышленные отрасли приходится около 1/4 прямых инвестиций США. В основном они вложены в финансово-кредитную и страховую деятельность, пенсионное обеспечение, а также в сферу консультационных и информационных услуг.

Определенная неравномерность наблюдается в притоке американских инвестиций в территориальном разрезе. Инвесторы США вкладывают капиталы в региональные центры с развитой финансовой инфраструктурой, более высоким платежеспособным спросом населения и территории, богатые сырьем.

Сейчас на российском рынке действуют представительства более 600 американских компаний, которые создают совместные предприятия с российским капиталом. На начало 1997 г. в Государственный реестр России было внесено более 3 тыс. совместных российско-американских компаний, или 18,8% общего количества зарегистрированных в России предприятий с иностранными инвестициями.

На фоне роста безработицы занятость на предприятиях с американскими инвестициями за последние четыре года более чем утроилась, причем основную часть их персонала составляют

российские граждане /более 15 тыс. в 1998 г./ Новейшие технологии и оборудование, современные методы управления, применяемые на американских компаниях, способствуют повышению производительности труда на этих предприятиях, модернизации отдельных предприятий и отраслей российской экономики и ее переходу к более эффективным методам работы.

Крупнейшим инвестором в нефтегазовую промышленность РФ среди американских фирм является нефтяная компания "Конако", объем вложений которой превышает 550 млн. долл. Крупных инвестиций можно ожидать в нефтегазовые районы Поволжья, Сибири и Европейского Севера. Во второй половине 90-х гг. компании "Тексако", "Амоко" и "Экссон" приступили к добыче нефти на Тимано-Печорском месторождении нефти. Предполагаемые инвестиции - 20 млрд. долл. Аналогичные проекты с участием американского капитала готовы к реализации нефтегазовых месторождений Саратовской области, российского сектора Каспия и др.

В последние годы возрос интерес американских инвесторов к вложениям капитала в аэрокосмическую промышленность и отдельные отрасли машиностроительного комплекса РФ.

Успешно реализуется программа коммерческих запусков космических спутников, осуществляемая компанией "Локхид" Объем потенциальных инвестиций в реализацию проекта оценивается в 600 млн. долл. Запуски спутников осуществляются российской ракетой "Протон". Стоимость одного запуска - 66 млн. долл., что на 15% меньше, чем стоимость запуска, осуществляемого американской ракетой "Атлантис". Российская сторона получила квоту на запуск до 2000 г. 16 спутников. В настоящее время решается вопрос об увеличении российской квоты для коммерческих запусков спутников.

Осуществляется международный проект создания совместного ракетно-космического комплекса "Морской старт", предусматривающий запуск космических объектов на геостационарную орбиту с мобильной пусковой платформы морского базирования. С американской стороны в реализации международного проекта принимает участие фирма "Боинг", с российской стороны - РКК "Энергия". Данное сотрудничество обеспечивает космическому комплексу России, лишившемуся военных заказов, возможность мирной конверсии, сохранение занятости, дополнительные капиталовложения.

Сферой активного сотрудничества американских частных инвестиций становится и другая часть авиакосмического комплекса - авиационная промышленность, которая также переживает трудности в связи с резким сокращением военных заказов. Одна из крупнейших американских компаний по производству авиационных двигателей "Пратт энд Уитни" совместно с ведущим производителем авионики компанией "Рокуэлл Колинз" достигли соглашения с российским авиационным объединением им. Ильюшина о совместной разработке и создания широкофюзеляжных самолетов ИЛ-96М/Т.

Большой интерес американские компании проявляют к сфере телекоммуникаций, прежде всего к телефонной связи, по уровню развития которой Россия отстает от Запада на 15-20 лет. Для осуществления крупных проектов ведущие телекоммуникационные фирмы США создали в нашей стране ряд СП. Так, в 1995 г. в России стала действовать "Корпорация развития средств дальней связи", являющаяся филиалом телефонной компании "Уэст, Колорадо", занимающаяся разработкой и эксплуатацией сетей сотовой связи в России совместно с региональными компаниями - операторами дальней связи. В настоящее время она эксплуатирует 7 сетей сотовой связи в различных регионах РФ, включая города Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург, Владивосток. Компания "Мид-Ком коммьюникейшн" создает телефонные линии в восточных регионах России, "Интернэшнл бизнес коммьюникейшн системс" осуществляет проект, направленный на создание систем связи в глубинных районах России, обладающих запасами полезных ископаемых, "Люсент текнолоджиз" открыла в Санкт-Петербурге завод по производству цифровых коммутационных станций для современных автоматических телефонных станций в российские регионы.

Активизирует свою деятельность на российском рынке один из мировых лидеров на рынке телекоммуникаций компания "Моторола" /объем продаж в 1996 г. 28 млрд. долл./. За 1993-1997 гг. персонал компании увеличился с 2 до 500 человек, а объем инвестиций в местную экономику превысил 50 млн. долл. "Моторола" продала в России пейджеров больше, чем все остальные фирмы, вместе взятые. Сети сотовой связи "Моторола" в стандарте "Джи-Эс-Эм" развернуты в 10 городах России.

Крупные совместные проекты с привлечением американского капитала начинают реализовываться и в автомобильной промышленности. С компанией "Дженерал моторс" реализуется соглашение о создании совместного предприятия "ЕлАз-Дженерал

моторс" по производству джипов "Шевроле блейзер" на автомобильном заводе в Елабуге /Татарстан/.

В заключительной стадии находятся переговоры между американской компанией "Дженерал моторс" и АвтоВАЗом /г.Тольятти// при участии немецкого концерна "Опель"/ о строительстве в России нового автозавода. Базовой моделью автомобиля может стать модификация "Опеля". Завод предполагается построить в Республике Карелия вблизи границы с Финляндией. Предполагается, что завод будет производить до 50 тыс. автомобилей в год.

Американская компания "Катерпиллер", мировой лидер по производству дорожной техники, также активно осваивает российский рынок. Компания владеет предприятием "Невамаш" под Санкт-Петербургом, в цехах которого выпускаются основные узлы и навесное оборудование для различных типов машин, а также рамы экскаваторов.

Совместно с екатеринбургским "Уралмашем" компания производит навесное оборудование для тракторов и трубоукладчиков. В августе 1998 г. компания приступила к строительству завода в г.Тосно /Ленинградская область/, сдача которого намечена на конец 1999 г.

Транснациональные корпорации США являются крупными инвесторами в российскую пищевую промышленность, в частности, в производство безалкогольных напитков. Так, компания "Кока-Кола" на протяжении последних пяти лет ежегодно удваивала объем продаж в России. Компания является крупнейшим иностранным инвестором в сфере потребительских товаров, и к началу 1998 г. сумма ее капиталовложений в российское производство и инфраструктуру превысила 600 млн. долл. В настоящее время общее число ее производственных предприятий в России составляет 12. По оценке, компания контролирует около 60% российского рынка безалкогольных напитков.

Основной конкурент "Кока-Кола" на мировом и российском рынке компания "Пепсико" также активизирует свою деятельность в России. В 1998 г. она открыла новый завод по разливу безалкогольных напитков в Солнечногорском районе Московской области. Это самое крупное из пяти подобных предприятий, созданных компанией за почти четверть века своей деятельности в России. Строительство завода позволило привлечь в этот регион 66 млн. долл. дополнительных инвестиций, создать новые рабочие места. На начало 1999г. общий объем инвестиций компании

"Пепсико" в России составил 110 млн. долл. Компания намерена вложить в российскую промышленность по производству безалкогольной продукции в течение пяти лет около 500 млн. долл.

Компания "Марс" инвестировала в строительство завода по производству кондитерских изделий и пищевых продуктов /г. Ступино, Московская область/ 100 млн. долл. и в ближайшие годы намерена увеличить свои инвестиции в России в 3-4 раза, В стадии рассмотрения и реализации 5 проектов по строительству предприятий , выпускающих пищевые продукты.

Американские компании активно действуют на сигаретном рынке России. В частности, компания "Филип Моррис" вложила в реконструкцию и переоснащение ряда российских фабрик по производству сигарет в Санкт-Петербурге и Краснодаре около 75 млн. долл. В июне 1998г. компания приступила к строительству новой сигаретной фабрики /поселок Большая Ижора, Ленинградская область/. Строительство этой фабрики стоимостью в 300 млн. долл. является крупнейшим инвестиционным проектом компании в СНГ. На фабрике предлагается создать более 800 рабочих мест. С началом выпуска продукции Ленинградская область будет получать 180 млн. долл. ежегодных налоговых поступлений. Сейчас "Филипп Морис" контролирует около 30% сигаретного рынка России.

Компания "Р.Дж.Рейнолдс интернэшнл" - первая западная табачная компания, начавшая инвестировать в российскую экономику. В 1992 г. она создала совместную компанию "Р.Дж.Р.-Петро" на базе табачной фабрики им. Урицкого /Санкт-Петербург/. В развитие предприятия за пять лет она вложила более 130 млн. долл. В августе 1998 г. она открыла новые мощности на фабрике "Р.Дж.Р.-Петро" стоимостью в 120 млн. долл., в результате чего питерский комплекс стал крупнейшим предприятием компании в мире за пределами США. Суммарные инвестиции компании в 400 млн. долл. позволяют компании контролировать до 20% российского табачного рынка.

По материалам: <http://www.referatfrom.ru/watch/16828/1.html>

☺. *Ответьте на вопросы по тексту из в/у Задания:*

1. Что мешает иностранным инвесторам вкладывать капитал в российскую экономику?
2. Кто является крупнейшим иностранным инвестором в России?
3. В какие отрасли экономики инвестирует США?
4. Какие американские фирмы известны в России?

☺. Скажите, какую роль в развитии экономики играют инвестиции? В своем высказывании употребите следующие слова и выражения:

- модернизация экономики,
- преодоление кризисных явлений,
- поток инвестиций,
- привлекательность России,
- налоговая система,
- изменения в таможенном законодательстве,
- госрегулирование,
- новейшие технологии и оборудование,
- повышение производительности труда,
- эффективные методы работы,
- импорт капитала модернизирует, обновляет и укрепляет экономику;
- создаются новые рабочие места.

☺. Возьмите интервью у российского экономиста на тему инвестиций в Россию. Используйте следующие высказывания:

- Незрелость системы страхования иностранных инвестиций от рисков;
- Отсутствие необходимой инфраструктуры;
- Обменный курс рубля, не согласующийся с реальным уровнем инфляции;
- Низкая культура ведения бизнеса;
- Коррупционность;
- Организованная преступность.

🇷🇺 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Как узнать чье-нибудь мнение?

Что Вы думаете об этом?

Каково Ваше мнение?

Что Вы скажете на это?

Я хотел бы узнать Ваше мнение о...

Я хочу узнать Вашу точку зрения о...

Что Вы может добавить?

☺. *Расскажите российскому партнеру об инвестиционном климате, защите иностранных инвестиций и инвестиционных льготах в Польше:*

Польша может предложить иностранному инвестору относительно безопасный и либеральный инвестиционный климат. Инвестиции защищены от нелегальной экспроприации; местная валюта свободно обменивается на любую твердую валюту в местных банках; прибыль может быть конвертирована и репатрирована; заграничные инвесторы могут приобретать строения и земельные участки (в большинстве случаев после получения согласия Министерства Внутренних Дел).

Правительство предлагает мало видов финансовых льгот для иностранных инвесторов, однако в некоторых местностях, где существует высокий уровень безработицы, возможно получение налоговых льгот.

Иностранные инвестиции в основном регулируются Законом об Иностранных Инвестициях 1991 года. Закон определяет типы предприятий, в которые можно инвестировать, условия репатриации прибыли и заработков иностранных специалистов, налоговые льготы для иностранных инвесторов, а также обеспечивает правовую защиту иностранных инвестиций в Польше (см. ниже).

Закон устранил существовавшие ранее ограничения на вывоз прибыли, отменил ограничения размеров инвестиционных вложений (в частности было устранено положение о минимальном размере) и отменил большинство ранее существовавших требований согласования с различными инстанциями. Дальнейшая либерализация произошла в марте 1996 года в связи с вступлением Польши в Организацию Экономического Сотрудничества и Развития, ОЭСД.

Согласно новому дополнению к закону 1991 года, иностранный инвестор теперь, как правило, не нуждается в разрешении на регистрацию компании или приобретение доли (акции) в действующем польском предприятии. Разрешение требуется, однако, если с польской стороны предполагается внесение в предприятие государственной собственности, как, например, в случае совместного предприятия иностранной компании и польской фирмы, находящейся в государственной собственности. Аналогичная ситуация возникает и в случае, когда компания намеревается заниматься банковской или страховой деятельностью.

Иностранные банки могут действовать на территории Польши с разрешения Национального Банка Польши и Министерства Финансов. Банки могут легализировать свое присутствие создавая совместное предприятие или приобретая акции существующего польского банка находящегося в процессе приватизации.

Закон об Иностранных Инвестициях 1991 года гарантирует выплату компенсации иностранным инвесторам в размере их финансового участия в случае национализации или экспроприации их активов. К тому же, Польша заключила договоры о защите инвестиций с целым рядом стран, включая Францию, Германию, Нидерланды, Швецию, Великобританию и США, что может служить дополнительной гарантией для иностранных инвесторов. Страхование инвестиций возможно в Многостороннем Агентстве Гарантий Инвестиций (МИГА) при Мировом Банке. Инвесторы некоторых стран могут обеспечить страховку у себя в стране в соответствующих организациях (например, американские бизнесмены могут обратиться в ОПИК).

Индивидуальные налоговые льготы, предоставленные в рамках Закона об Иностранных Инвестициях 1991 года истекали по срокам в конце 1993 года. Вместо них для некоторых видов инвестиций была введена система ускоренной амортизации. Как правило, объемы льгот варьируются в зависимости от места расположения объекта инвестиций в Польше. В районах с высоким уровнем безработицы льгот больше. Правила, в соответствии с которыми могут быть предоставлены льготы, достаточно сложны. Например, решение о предоставлении льгот может быть отменено в случае, если предприятию будут предъявлены различные штрафы на сумму, превышающую установленный лимит штрафов в текущем году. Это означает, что предприятию приходится постоянно держаться в курсе изменений соответствующих правил, чтобы не подвергнуться опасности оказаться внезапно лишенным налоговых привилегий.

Предприятие освобождается от уплаты пошлин на импорт товаров, представляющих вклад в уставный капитал, при условии, что собственность на эти товары не переходит на другое лицо в течение трех лет после решения об освобождении от таможенных оплат. Предприятия, созданные в соответствии с Законом об Иностранных Инвестициях 1998 года, продолжают пользоваться освобождением от уплаты таможенной пошлины на оборудование, приобретенное за границей в течение первых трех лет деятельности. В соответствии с Законом о Налоге на Добавленную Стоимость, НДС уплаченный от стоимости основных средств, ввезенных в

страну и представляющих собой вклад в уставный капитал, как правило, можно компенсировать.

Источник: <http://www.polska.ru/biznes/ekonomika/investicji.html>

☺. *Расскажите коротко о приватизации в Польше:*

Приватизация в Польше началась с принятия "Акта о Приватизации Государственных Предприятий" в июле 1990 года. В Акте устанавливалась правовая и институциональная структура процесса. В 1997 году вместо закона 1990 года был введен новый правовой акт - Закон о Коммерциализации и Приватизации Государственных Предприятий.

В соответствии со статистикой Министерства Казны (Казначейства) 4,234 государственных предприятия (из 8,441 существующих в 1990 году) были включены в процесс трансформации формы собственности к декабрю 1997 года. По состоянию на июнь 1998 года, в соответствии с данными Министра Государственной Казны, около 80% из них были уже частными предприятиями. Их вклад в ВВП составляет более 65%. В сентябре 1997 года имелось свыше 123 тысяч частных предприятий (общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества), в том числе более чем 31 тысяча (25%) фирм с участием иностранного капитала. Количество малых частных предприятий, владельцами которых являются физические лица, составляет результатом процессов приватизации, демонополизации, реструктуризации в общественном секторе, создания и развития новых отраслей экономики, что особенно заметно в сфере услуг.

Методы приватизации были основательно продуманы и разработаны в 1990 году. Ниже приведено их краткое описание. Приватизация может быть инициирована руководством предприятия и профсоюзом, министром, ответственным за предприятие по соглашению с профсоюзом или по требованию премьер-министра на основании рекомендации министра приватизации.

Приватизация может быть проведена одним из двух способов:

- Опосредованная приватизация (т.е. трансформация или "денежная" приватизация). Этот способ представляет собой процесс, состоящий из двух этапов. Сначала предприятие трансформируется в акционерное общество, акции которого целиком принадлежат Казначейству. Затем наступает реализация акций одним из указанных способов: на аукционе, путем подписки, в свободной продаже.

- Непосредственная приватизация (т.е. приватизация способом ликвидации). Этот способ также проходит в два этапа. На первом этапе предприятие ликвидируется. Второй этап предусматривает способов, перечисленных выше (аукцион, подписка, свободная продажа), либо передаче в безвозмездное пользование, лизинг или аренду.

Устав о Национальных Инвестиционных Фондах и их Приватизации был одобрен и принят в конце 1994 года. Около 520 предприятий общей стоимостью в три с половиной миллиарда долларов были выбраны для проведения массовой приватизации. Было создано пятнадцать национальных инвестиционных фондов, представляющих собой акционерные компании, управляемые как польскими, так и иностранными организациями. Ожидается, что организации эти будут играть активную роль в реструктуризации предприятий, находящихся в их распоряжении.

Каждый взрослый польский гражданин получил по одному приватизационному чеку, дающему право на участие в прибыли фонда. Выдача приватизационных чеков началась в ноябре 1995 года, регистрационная оплата при получении чека составляла 20 злотых.

Основными характеристиками деятельности инвестиционных фондов являются следующие:

- 60% акций передаются в ведение инвестиционных фондов, причем один из них получает 33 % акций, а 27 % распределяются между остальными фондами. Вторая часть, т.е. 40% акций распределяются следующим образом: 15% бесплатно передается трудовым коллективам, 25% остаются в распоряжении государства;

- Руководство деятельностью фондов направлено на рост их стоимости. Менеджеры фондов получили возможность оперирования акциями предприятий, находящихся в процессе массовой приватизации с согласия соответствующего министерства и Антимонопольного Комитета. Вознаграждение менеджеров складывается из основной заработной платы, премий от удачно поведенных операций и премиального пакета акций в конце периода существования фонда;

- Акции фондов могут находиться в обороте на Варшавской бирже ценных бумаг, при этом приватизационные чеки могут быть обменены на акции одного или нескольких фондов. После установленного десятилетнего срока действия фонда, каждый из них имеет право решить свою дальнейшую судьбу: продолжать

деятельность в качестве закрытого или открытого фонда, либо самоликвидироваться, выплатив накопленные средства своим акционерам.

Источник: <http://www.polska.ru/polska/ekonomika/privatizacja.html>

☺. *Расскажите коротко об экономической ситуации в России накануне XXI в., используя данную ниже информацию:*

- 1992 г. – введение свободных цен;
- стали создаваться коммерческие банки, фондовые биржи;
- переход к рыночной системе с разными формами собственности;
- ликвидирован товарный дефицит;
- российский рубль стал конвертируемым;
- слишком быстрое проведение реформ;
- отрицательные последствия;
- государственные монополии резко подняли цены на продукцию;
- глобальное повышение цен;
- наступила инфляция;
- каждый гражданин получил ваучер стоимостью 10 000 руб.;
- только 30% стоимости ваучеров распределилось между населением;
- инфляция снизила стоимость ваучера;
- руководители предприятий скупали ваучеры;
- продукция российских фирм оказалась неконкурентно-способной;
- спрос на продукцию упал;
- появилась безработица; обесценение сбережений населения.

5. ПОСЕЩЕНИЕ ФИРМЫ

☺. *Представьте, у Вас назначена встреча с директором, а в офисе Вы встретили только секретаря. Что Вы можете спросить у него?*

📖 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Можно?

Можно войти?

Разрешите?

Разрешите войти?

Я могу пройти к директору?

☺. *Вы не знаете, где сотрудники фирмы. Спросите о них у секретаря фирмы.*

☺. *Составьте диалог по следующим ситуациям:*

1. Вам кажется, что директору надо немного отдохнуть. Поэтому Вы приглашаете его в воскресенье поехать с Вами на дачу.

2. Вы думаете, что секретарша не знает, когда отходит поезд в Москву. Поэтому Вы предлагаете ей позвонить в справочное бюро.

3. Вы видите, что Ваши коллеги еще не знакомы друг с другом. Вы просите их познакомиться.

☺. *Познакомьтесь с лексическим материалом, связанным с посещением фирмы:*

📖 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Мы хотели бы посетить

*автомобильный завод
металлургический завод
текстильную фабрику*

Мы хотели бы пройти

*в механический цех
в сборочный цех*

Какую продукцию выпускает

*этот цех?
эта фабрика?*

*Нас интересуют последние разработки фирмы.
 Это фирменное название?
 Это торговая марка?*

*Мы хотели бы побеседовать | с директором фирмы
 | с рабочими*

В каком году была основана Ваша фирма?

*Можно посмотреть как работает | этот станок?
 | эта установка?
 | это устройство?*

*Какой срок служения?
 Какой процент брака?
 Какое общее число работающих?
 Какая производственная площадь?
 На каком сырье Вы работаете?
 Кто является основным Вашим поставщиком?
 Как осуществляется технический контроль?
 Какая у Вас система оплаты труда?
 Сколько зарабатывает в месяц служащий?*

☺. Прочитайте диалоги, связанные с посещением фирмы:

1.

А: Здравствуйте!

Б: Здравствуйте!

А: Мы договаривались с директором по поводу посещения Вашей фирмы. Мы из Польши.

Б: Да, да, господин директор Вас ждет. Проходите, пожалуйста.

2.

А: Здравствуйте!

Б: Здравствуйте. Рад Вас видеть! Как Ваши дела?

А: Все нормально.

Б: Садитесь, пожалуйста!

А: Спасибо, но мы хотели бы сразу посмотреть Ваш завод, если не возражаете!

Б: Конечно, нет. Пройдемте!

3.

А: Господин директор, когда был построен Ваш завод?

Б: Завод был построен в 1989 году совместно с нашими партнерами из Польши.

А: А какой срок годности у Ваших продуктов?

Б: Два года.

А: Какой процент брака у Вас?

Б: Меньше одного процента.

А: На каком сырье Вы работаете?

Б: Часть сырья поставляют наши партнеры из Польши, а часть – партнеры из СНГ.

А: Какое у Вас общее число работающих?

Б: У нас работает 50 человек, из них 10 человек в администрации.

☺. Вы генеральный директор фирмы. К Вам приехали иностранные гости. Как Вы будете их принимать? Им необходимо посетить сборочный цех. Напишите рассказ и перескажите его.

🔗 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Представление

- ◆ *Познакомьтесь...*
- ◆ *Познакомьтесь с ...*
- ◆ *Мне хотелось познакомить Вас с...*
- ◆ *Я хочу (хотел бы) представить (познакомить) вас с ...*
- ◆ *Разрешите представить (познакомить) Вас...*
- ◆ *(Мне) очень приятно! (познакомиться)*
- ◆ *Очень рад!(Я) рад познакомиться (с Вами)!*
- ◆ *Я хочу с Вами (с тобой) познакомиться, меня зовут ...*
- ◆ *Я хотел бы с Вами (с тобой) познакомиться, меня зовут ...*
- ◆ *Мне хочется (хотелось бы) с Вами (с тобой) познакомиться, меня зовут ...*
- ◆ *Здравствуйте, меня зовут ...*
- ◆ *Разрешите с Вами (с тобой) познакомиться, меня зовут ...*
- ◆ *Позвольте с Вами (с тобой) познакомиться, меня зовут ...*
- ◆ *Позвольте (разрешите) представиться, меня зовут ...*

Приветствия

- ◆ *Салют!*
- ◆ *Привет!*
- ◆ *Добрый день! Здравствуйте!*

Выражение интереса к собеседнику

- ◆ *Как поживаете?*
- ◆ *Как жизнь?*
- ◆ *Как успехи?*
- ◆ *Что нового?*
- ◆ *Что случилось?*
- ◆ *Что стряслось?*
- ◆ *Все в порядке?*
- ◆ *Как работа?*
- ◆ *Как дела на работе?*
- ◆ *Как семья?*
- ◆ *Как дети?*
- ◆ *Как мама (жена)?*
- ◆ *Как здоровье?*
- ◆ *Как самочувствие?*
- ◆ *Как себя чувствуете?*

Ответные реплики

- ◆ *Замечательно! Спасибо*
- ◆ *Прекрасно! Спасибо*
- ◆ *Великолепно! Спасибо*
- ◆ *Не плохо, спасибо*
- ◆ *Все по-старому (по-прежнему)*
- ◆ *Все без изменений*
- ◆ *Так себе*
- ◆ *Плохо*
- ◆ *Неважно*
- ◆ *Хуже некуда*
- ◆ *Можно бы и получше*
- ◆ *Безнадежно*

- ☺. Сообщите Вашим партнерам о намерении посетить их фирму.
- ☺. У вас назначена встреча с коммерческим директором фирмы. Позвоните ему и попросите перенести встречу. Используйте выражения:

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

я хотел бы поговорить с...;
можно попросить...?;
наша встреча не состоится...;
встречу мы можем перенести на...;
Вы не против?;
... меня устраивает; договорились.

- ☺. Скажите, что необходимо сделать для того, чтобы пригласить поляка в Россию и россиянина в Польшу?

С 2003 года для того, что бы пригласить иностранца в Россию, вы должны предоставить в ОВИР (*теперь - в ОВД*):

1. Заявление установленного образца (в 2-х экземплярах).
2. Копию страниц документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина (национального паспорта), которые содержат следующие сведения: фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, пол, гражданство, государство постоянного проживания, номер документа, серия, дата выдачи.
3. Копию документа, дающего право на постоянное проживание (вид на жительство) в стране, где в настоящее время иностранный гражданин постоянно проживает и откуда намерен въехать в РФ.
4. Квитанцию об оплате госпошлины и оплате стоимости приглашения.

Бланк заявления заполняется от руки, на печатной машинке, или на компьютере. При заполнении не допускается использование аббревиатур.

Заявление заполняется на русском языке, ответственность за перевод на русский язык имени и фамилии ложится на приглашающего.

Не принимаются заявления, если у приглашаемого срок действия документа, удостоверяющего личность (паспорта) истекает менее, чем через 7 месяцев.

В заявлении указываются данные:

фамилия, имя, отчество, дата рождения, пол, страна проживания, адрес и телефон приглашающего (вас), а также сведения о месте работы (учёбы) за последние 5 (пять) лет.

На приглашаемого указываются:

- фамилия, имя, отчество (на русском языке, и отдельно - на языке оригинала).
- дата рождения, пол, гражданство, государство и место рождения, место получения визы.
- место работы (!).
- серия и номер паспорта.
- место проживания в России.
- цель поездки, и срок пребывания (до 90 дней).
- срок предполагаемого въезда в Россию (не позднее 6 месяцев с момента подачи заявления).
- пункты в России, которые иностранец намерен посетить (не более 5 пунктов).

Физически процесс приглашения выглядит так:

1. Вы должны прийти в Ваш местный ОВИР (там, где получали заграничный паспорт) и без очереди взять бланки на приглашение - 2 экземпляра.

В ОВИРе с доски объявлений списываете данные для квитанции об оплате госпошлины за приглашение.

2. Заполняете бланки.

Заполнять бланк можно от руки, или на компьютере.

Обратите внимание на четыре особенности заполнения:

- иностранные имена пишутся русскими буквами, и отдельно - на языке оригинала;
- срок приглашения не может быть больше 90 дней;
- на каждого ребёнка заполняется отдельное приглашение, кроме совсем маленьких. (Если сомневаетесь - узнайте у приглашаемого, имеет ли дети заграничный паспорт.)

3. Оплачиваете госпошлину и бланк квитанции в ближайшем отделении сбербанка.

В 2003 году госпошлина составляет 200 рублей, оплата за бланк - 50 рублей.

4. Приходите в ОВИР с паспортом (российским) и, отстояв очередь, сдаете бланки приглашения.

5. В указанный срок забираете приглашения, и расписываетесь в том, что предупреждены о необходимости регистрации иностранцев.

Полученное приглашение можно, например, выслать адресату по почте заказным письмом.

По новым польским правилам для приглашения гражданина России (и не только) теперь нужно предоставить в urząd paszportowy данные о материальном благосостоянии приглашающего, т.е. собрать ряд справок в различных учреждениях. Так что теперь приглашение в материальном плане почти ничего не стоит, но процесс его оформления отнимает довольно много сил и времени.

Пригласить вас может не только местный житель, но и любой человек, имеющий разрешение на проживание в Польше, а так же юридическое лицо, имеющее отделение в Польше.

Когда вы приезжаете в Польшу по приглашению, все расходы, связанные с вашим пребыванием (и, возможно, с лечением, с покрытием нанесённого вами ущерба, с выдворением вас из страны :-)) и т.д.) берёт на себя приглашающий.

Оформление приглашения в Польшу, включая время на сбор справок и ожидания ответов, может тянуться более месяца. Однако, пройдя единожды все этапы, в другой раз оформление будет гораздо проще.

Приехав по приглашению, вы должны в 2-х дневный срок зарегистрироваться в Urzędzie Paszportowym. Приглашающий должен прийти туда вместе с вами, и оформить соответствующие бумаги. Вся процедура занимает 10 минут, и стоит около доллара.

Затем вам выдают свидетельство о регистрации - маленькую бумажку, которую вы должны носить с собой. Перед выездом из Польши вы должны отдать её приглашающему.

P.S. Вам не обязательно носить с собой паспорт и свидетельство о регистрации. В общем случае их может заменить ксерокопия.

Источник: <http://www.polska.ru/sprawka/wiza/zaproszenie.html>

☺. *На основании программы бизнес-визита в Германию и Австрию подготовьте программу пребывания группы польских бизнесменов в Москве:*

8 дней/7 ночей

Вылет из Москвы (согласно расписанию). Прибытие в аэропорт г.

1 Мюнхен/Германия. Трансфер в г. Инсбрук/Австрия (около 2 часов).

ДЕНЬ Размещение в отеле 3*, 4* или 5* (по запросу заказчика). Ужин в отеле или ресторане (по выбору заказчика).

2
ДЕНЬ

08:00 Завтрак в отеле. 09:30 Посещение предприятия Цима, специализирующегося на разработке и проектировании жилых комплексов, индустриальных объектов. Осмотр предприятия. Беседа с коллегами. 13:00 Обед. 14:30 Отъезд в г. Ваттенс. Посещение известного во всем мире музея хрустала «Хрустальные миры Сваровски». Экскурсия по залам музея (обновленная экспозиция!). Шоппинг (большой выбор украшений, аксессуаров, оптических приборов и т.д.). 19:00 Ужин в отеле или ресторане (по выбору заказчика).

3
ДЕНЬ

08:00 Завтрак. 09:30 Посещение фирмы Metallbau Kollegger, занимающейся производством металлических конструкций для строительства и реконструкции. Осмотр предприятия, знакомство с сотрудниками. 13:00 Обед. 14:00 Ознакомительная экскурсия по Инсбруку. Посещение дворцово-паркового ансамбля Амбрас. 19:00 Ужин в отеле или ресторане (по выбору заказчика).

4
ДЕНЬ

08:00 Завтрак в отеле. 09:30 Посещение фирмы Ага-бау, специализирующейся на проектировании с помощью новейших компьютерных технологий. 14:00 Свободное время. Шоппинг. 19:00 Ужин в отеле или ресторане (по выбору заказчика).

5
ДЕНЬ

08:00 Завтрак. 09:00 Трансфер в г. Зальцбург (2 часа в пути). 12:00 Пешеходная экскурсия по городу с посещением исторического центра и основных достопримечательностей города. По желанию посещение одного из музеев Моцарта. Возможность шоппинга в многочисленных бутиках Зальцбурга. Свободное время. 18:00 Трансфер в г. Инсбрук. 20:00 Ужин в отеле или ресторане (по выбору заказчика).

6
ДЕНЬ

08:00 Завтрак. 09:30 Посещение фирмы Крайдль, занимающейся производством алюминиевых фасадов, окон и дверей из алюминия, зимних садов и т.д. Осмотр предприятия, знакомство и дискуссия с сотрудниками фирмы. 13:00 Отъезд в г. Мюнхен/Германия. По дороге остановка на озере Тегернзее. Обед в традиционном баварском пивном ресторане при монастыре на берегу озера. 18:00 Размещение в отеле 3*-4* в Мюнхене. Свободное время. Ужин.

7
ДЕНЬ

8:00 Завтрак в отеле. 10:00 Посещение предприятия Хаслингер, занимающегося производством стальных конструкций, монтажом, планированием, проектным менеджментом (индустриальные комплексы, мосты, подземные гаражи и т.д.). 13:00 Обед. 14:00 Экскурсия по городу с посещением исторического центра и основных

достопримечательностей города. Шоппинг. По желанию посещение Национального музея изобразительных искусств и/или Музея современного искусства. 19:00 Прощальный ужин в традиционном пивном зале Хофбройхауз. Вручение подтверждающих дипломов.

8 8:00 Завтрак в отеле. 9:00 Трансфер в аэропорт Мюнхена. Вылет в
ДЕНЬ Москву.

🔗 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Выражение комплиментов

- ◆ *Вы хорошо выглядите*
- ◆ *Вы прекрасно выглядите*
- ◆ *Вы великолепно выглядите*
- ◆ *Вы (так) молодо выглядите*
- ◆ *Как хорошо вы выглядите*
- ◆ *Ты сегодня прекрасно выглядишь*
- ◆ *Как вы хорошо выглядите после отпуска*
- ◆ *Вы не меняетесь*
- ◆ *Вы не стареете* (дословн. - *Вы выглядите молодо как всегда*)
- ◆ *Вы все молодеете* (дословн. - *поделитесь секретом своей молодости*)
- ◆ *Время Вас щадит* (дословн. - *время к Вам добро*)
- ◆ *Время Вас не берет; время Вас не меняет* (дословн. - *годы не сказываются на Вас*)
- ◆ *Кого я вижу! Сколько лет, сколько зим! А Ты не изменяешься, время Тебя не берет.*
- ◆ *Вам не дашь ваших лет*
- ◆ *Вам невозможно дать 40 лет*
- ◆ *Неужели это Ваша дочь? Вы очень молодо выглядите, Вам нельзя дать Ваших лет. Вы с дочкой скорее похожи на сестер!*
- ◆ *Не пытайтесь уверить меня, что это Ваша дочь*
- ◆ *Вы хороший специалист*
- ◆ *Вы прекрасный преподаватель*
- ◆ *Вы прекрасный переводчик*

- ◆ *Вы исключительный математик*
- ◆ *Вы превосходный бизнесмен*
- ◆ *Вы талантливый музыкант*
- ◆ *Какой Вы добрый человек!*
- ◆ *У Вас хорошая улыбка (глаза)*
- ◆ *У Вас красивые волосы*
- ◆ *У Вас прекрасная фигура*
- ◆ *У Вас чудный голос*
- ◆ *У Вас добрый характер (дословн. доброе сердце)*
- ◆ *У Вас покладистый характер*
- ◆ *У Вас острый ум*
- ◆ *У Вас тонкий ум*
- ◆ *У Вас проницательный ум*
- ◆ *У Вас прекрасный вкус*
- ◆ *У Вас тонкий вкус*
- ◆ *У Вас хорошее чувство юмора*
- ◆ *У Вас тонкое чувство юмора*
- ◆ *Вас молодит короткая стрижка*
- ◆ *Вас красит (идет) улыбка (дословн. Когда Вы улыбаетесь, Вы выглядите намного моложе)*
- ◆ *Вам идет этот костюм*
- ◆ *Вам идет этот цвет*
- ◆ *Вам идет эта прическа*
- ◆ *Вам идет носить короткую юбку (дословн. Этот фасон короткой юбки создан исключительно для Вас)*
- ◆ *Вам идут яркие тона в одежде (дословн. Вы всегда должны носить яркие цвета)*
- ◆ *Вам к лицу (идет) этот цвет*
- ◆ *Вы всегда красиво одеты*
- ◆ *Вы всегда модно одеты*
- ◆ *Вы всегда со вкусом одеты*
- ◆ *Вы так элегантно одеты*
- ◆ *Ты всегда одеваешься с таким вкусом!*
- ◆ *С вами интересно общаться / разговаривать (дословн. Вы интересный собеседник)*
- ◆ *С Вами приятно говорить*

- ◆ *С Вами приятно иметь дело*
- ◆ *С Вами легко говорить/иметь дело С Вашим характером легко общаться с людьми*
- ◆ *Вы хорошо поступили, сделали*
- ◆ *Вы правильно поступили, сделали*
- ◆ *Вы правильно сказали*
- ◆ *Вы молодец*
- ◆ *Вы умница!*

Ответ на комплименты

- ◆ *Спасибо!*
- ◆ *Спасибо за комплимент*
- ◆ *Вы делаете мне комплимент, спасибо.*
- ◆ *Мне (очень) приятно, приятно (это) слышать*
- ◆ *(Я) рад это слышать*
- ◆ *(Я) рад, что Вам нравится*

Ответный комплимент

- ◆ *То же можно сказать и о Вас*
- ◆ *То же должен сказать и о Вас*

☺. *Объясните, на русском языке, как нужно писать SMS-ы:*

Zasady kulturalnego SMSowania

W dzisiejszych czasach krótkie wiadomości tekstowe (SMS-y) coraz bardziej zyskują na popularności. Jest to najłatwiejsza i najbardziej przydatna forma komunikacji bezprzewodowej. Liczby mówią same za siebie - każdego dnia wysyłany jest blisko miliard SMS-ów.

Powszechne stosowanie SMS-ów i ich ciągle rosnąca popularność bezpośrednio wpływają na nasze codzienne życie i przepływ wiadomości między ludźmi, znacznie go przyspieszając i ułatwiając. Poza tym SMS-y są relatywnie najtańszą formą wiadomości tekstowych, więc charakterystyczne dźwięki odebrania SMS-a można dzisiaj usłyszeć niemal wszędzie. Ale czy w każdej sytuacji chcemy je usłyszeć? Zasady dobrego wychowania powinny obowiązywać w każdej sytuacji, także wysyłania SMS-ów.

Firma Nokia sformułowała kilka podstawowych zasad korzystania z SMS-ów:

- Nie wysyłajmy SMS-ów w czasie, gdy z kimś rozmawiamy. Jest to równie niegrzeczne i nieeleganckie, jak prowadzenie w tym samym czasie rozmów telefonicznych.

- SMS jest nieformalną formą komunikacji. Nie wysyłajmy tą drogą oficjalnych zaproszeń i wiadomości, zwłaszcza do osób mniej nam znanych czy starszych.

- Nie okazujmy zdenerwowania z powodu nieotrzymania odpowiedzi na SMS-a. Pamiętajmy, że czasami jest to utrudnione z przyczyn technicznych. Powinniśmy również upewnić się, czy sam sposób wysyłania SMS-a jest znany naszemu adresatowi.

- Uważaj na ton wiadomości. Nie jest łatwo przekazać swoje myśli w formie krótkich wiadomości. To, co nam się wydaje nieszkodliwe lub neutralne, może być źle zinterpretowane przez odbiorcę.

- Nie wysyłaj SMS-ów w czasie prowadzenia samochodu. Pomijając oczywiste względy bezpieczeństwa, przez nieuwagę możesz użyć niewłaściwych klawiszy liter i stworzyć niezrozumiałą wiadomość.

- Nie przesadzaj ze slangiem, skrótami i "nowomową". Nie oczekuj od wszystkich znajomości slangowych sformułowań, nie bądź na siłę osobą "cool".

- Pamiętaj, że łatwo dojść, kto jest nadawcą wiadomości. Nie wysyłaj anonimów, a jeżeli już musisz, używaj w tym celu Internetu.

- Bądź świadomy, że Twój adresat ma swoje obowiązki i rozkład dnia. Nie zakładaj, że w chwili gdy Ty masz wolną chwilę i chęć na SMS-ową korespondencję on także z przyjemnością włączy się w nią.

- Jeżeli masz do przekazania pilną wiadomość po prostu zadzwoń. Nie ryzykuj czekania na zwrotnego SMS-a, bo odbiorca może po prostu nie mieć czasu na wstukanie odpowiedzi.

- Pamiętaj, że każdy telefon ma przycisk wyłączenia. Niektóre sprawy są najważniejsze, ważniejsze nawet od SMS-ów.

Источник: http://www.fkn.pl/artykuly/artukul/ida__107/ids__3/adid__10/

6. СОБЕСЕДОВАНИЕ

☺. *На основании текста скажите, что самое важное во время собеседования? На что обращает внимание работодатель? Как нужно вести себя?*

Как пройти собеседование?

Каждый из нас хоть раз в жизни сталкивался с необходимостью поиска работы. Обычно в ход идут любые средства, как то: обзвон друзей и знакомых; заполнение многочисленных анкет в агентствах по трудоустройству, престижных и не очень; регистрация на сайтах типа www.job.ru или www.zarplata.ru; поиск интересных вакансий в сети; прямая рассылка анкеты по факсу/e-mail в интересующие организации; ежедневное штудирование множества газет с поиском одного единственного, доходного места, где ждут именно вас. Я думаю, вы знаете, о чем идет речь...

Так вот, после долгой, кропотливой работы с желанием скорейшей реализации своих бесценных навыков на благо общества, наступает тот самый долгожданный момент, когда вас приглашают на собеседование, или как чаще теперь говорят, интервью!

О том, как пройти это испытание и выйти оттуда достойным победителем, я и хочу сегодня с вами поговорить. Отбросим сразу все не стоящие внимания объявления о возможности заработать 1000 долларов за реализацию «уникального» товара. Нас интересуют серьезные предложения.

Правило № 1. Если где-либо в анкете вы указали номер своего домашнего телефона, то позаботьтесь заранее о том, чтобы в момент первого разговора ваш собеседник не слышал громкой музыки, которую вы так любите слушать по вечерам, оживленного разговора ваших родственников, звуков, издаваемых домашними питомцами и т.п. Первое впечатление от общения с Вами может сыграть большую роль в вашей дальнейшей судьбе. Если Вы являетесь соискателем на должность секретаря-референта, то приготовьтесь к тому, что к Вам будут внимательно прислушиваться, ведь вы потенциальный «голос фирмы». Голос должен звучать спокойно и уверенно - без надрывных ноток и фраз типа «э-э», «ну это», «я просто хотела сказать»... Помните, вас проверяют с первой минуты общения. Желательно также не оставлять рабочий телефон, так как возможно

вы не сможете разговаривать, когда Вам позвонят, а перезванивать работодатель не станет - это проверено.

Правило № 2. банальное: не опаздывайте! Следует заранее узнать маршрут вашего движения, учесть, что в самый важный для вас момент обычно отменяют автобусные рейсы, вешают «кирпичи» на дороге, вы обязательно встречаете кого-нибудь из старых знакомых и не можете удержаться от того, чтобы перекинуться парой слов. Поэтому выходите заранее: будет время лишний раз заглянуть где-нибудь в зеркало и убедиться в том, что к испытанию вы готовы!

Правило № 3. Внешний вид. Истина непреложна: на собеседование лучше надеть деловой костюм, даже если вы знаете, что в этой компании требования к стилю одежды значительно снижены. Вам будет только плюс, если в первый раз вы произведете впечатление делового человека. Цвет костюма должен быть приглушенным, неброским, желательно однотонным - главное, он должен быть вам к лицу и, конечно, подчеркивать все и без того очевидные достоинства. Но помните, в серьезной фирме вас не должны воспринимать как сексуальный объект, поэтому позаботьтесь о том, чтобы длина юбки была не менее 42 см, брюки - не слишком облегающими, а декольте - не вызывающим. Не забывайте, Вы воплощение достоинства и стиля и заслуживаете звания «лицо фирмы» на все 100 %.

Правило № 4. Поведение. Три основных принципа: самоуважение, дружелюбие, собранность. Не стоит, зайдя в офис, надменно устремляться со словами «я к генеральному директору на собеседование». Помните: вам, возможно, предстоит работать с этими людьми, а первое впечатление самое сильное. Вероятно, прежде чем встретиться с непосредственным руководителем, вам предстоит пообщаться с менеджером по персоналу или с другим компетентным лицом фирмы. Отнеситесь к этому общению серьезно. Если этому человеку доверяют интервьюировать вас, значит, его мнение будет играть весомую роль при приеме вас на работу, и именно он составит о вас предварительное «заклучение». Не стоит общаться с ним как бы в полсилы, считая, что главное собеседование еще впереди. Помните, вы олицетворяете идеал работника, который нужен всем. Но не кичитесь этим, употребляйте в беседе поменьше «я», апеллируйте к авторитету компании.

Правило № 5. Интервью - это маленькое сражение. Несмотря на изначальное дружелюбие, вызванное взаимной заинтересованностью сторон в благоприятном исходе, каждый

подспудно ищет друг в друге недостатки. Это естественно. Работодатель боится ошибиться в вас и задает каверзные вопросы, дабы избежать промаха в выборе личного помощника или лишний раз убедиться в его верности. А вы, разумеется, боитесь продешевить, слишком быстро согласиться, ведь ваше природное естество так и хочет «поломаться», «поторговаться». Главное - остановиться вовремя.

Правило № 6. Ни в коем случае не говорите о заработной плате в начале беседы. Каждый работодатель уверен, что предлагает вам уникальный шанс - поработать рядом с ним, прикоснуться к его великому делу. Он может насторожиться, если, не изучив всех тонкостей работы, вы перейдете к вопросу материального вознаграждения. Также он, вероятно, специально оттягивает этот момент, чтобы устроить вам маленькую проверку.

Источник: <http://www.secretary.com.ru/job/interv.html>

☺ *Запланируйте Ваш визит в фирму на собеседование. Что Вы ответите будущему работодателю на данные ниже вопросы?*

✍ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

◆ *Почему Вы обратились о приеме на работу именно по этой профессии (именно в нашу фирму)?*

◆ *Что Вы знаете о нашей работе или о компании?*

◆ *Почему вы выбрали именно эту карьеру?*

◆ *Что Вы собираетесь делать, если... (обычно следует описание какой-либо критической ситуации на вашем рабочем месте)?*

◆ *Как Вы могли бы описать самого себя?*

◆ *Каковы Ваши главные сильные стороны?*

◆ *Каковы Ваши основные слабости?*

◆ *Какого типа работу Вы больше всего любите делать?*

◆ *Каковы Ваши интересы вне работы?*

◆ *Какого типа работу Вы не любите делать больше всего?*

◆ *Какого рода достижения и результаты работы доставляют Вам наибольшее удовлетворение?*

◆ *Какая была Ваша самая серьезная ошибка?*

◆ *Что бы Вы хотели изменить в своем прошлом?*

◆ *Какие предметы Вам нравились больше всего и меньше всего в школе?*

◆ *Что вам нравилось больше всего, а что меньше всего на прежней работе?*

- ◆ Почему Вы оставили свою прежнюю работу?
- ◆ Почему Вы были уволены?
- ◆ Какое отношение Ваше образование или опыт трудовой деятельности имеют к данной работе?
- ◆ Каковы Ваши цели в жизни?
- ◆ Как Вы планируете их достичь?
- ◆ Чем Вы надеетесь заниматься через 5, 10 лет?
- ◆ На какой жалованье Вы рассчитываете?

☺. Составьте диалог, который проходит во время собеседования, употребив данные ниже вопросы кандидата на вакантное место:

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

- Как будет примерно выглядеть мой рабочий день?
- Кому я непосредственно буду подчиняться?
- Насколько важна эта работа для компании?
- Какие программы обучения и подготовки предоставляются?
- Какие имеются возможности для служебного или профессионального роста?
- Почему это место оставил прежний работник?

☺. Расскажите будущему работодателю о себе. Используйте следующие конструкции:

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

- окончил университет (какой?)
- имею образование
- имею диплом по специальности...
- владею языком на разговорном уровне / на уровне понимания / перевода
- имею свидетельство об окончании курсов...
- печатаю на персональном компьютере
- работал на иностранной фирме в должности...
- предыдущие рабочие места...
- трудовой стаж ... года в должности...
- прилагаю копию диплома / свидетельства..

☺. Какую роль в контактах играет улыбка? Используйте для своего ответа материал текста:

Нет ничего в человеческом поведении, что было бы специфичнее улыбки. Роль улыбки в России совсем иная, чем на Западе. Американец в ответ на вопрос: „Как поживаете?” – ответит: „Прекрасно!”. И улыбается, даже если он только что получил уведомление об увольнении с работы. Японец с улыбкой сообщит о смерти любимой дочери – и вовсе не потому, что он такой бессердечный. Во всех странах мира люди страдают одинаково, но в некоторых культурах улыбка – нечто вроде щита: мне, может быть, и плохо, но я не прошу у вас сочувствия, я справляюсь со своей бедой.

Русский, которому плохо, улыбаться не станет: он хочет, чтобы о его беде знал весь мир; ну, если уж не весь мир, пусть хоть весь микрорайон. И если русский видит, что другому плохо, он тут же кинется ему помогать.

У народов, для которых улыбка – род защитной стены, русские слынут людьми угрюмыми и суровыми или бесчувственными и занудными, потому что не улыбаются так часто, как они. А русские просто уверены, что „смех без причины – признак дурачины”. (В.Ж.)

☺. Составьте диалоги на основании данных:

1. Степан Иванович, директор фирмы, 35 лет – проводит собеседование с людьми желающими работать в его фирме; требует знания английского языка, умения работать с клиентами, водительских прав.

2. Мария, безработная, 25 лет – хочет работать, но у нее нет опыта работы, выпускница факультета менеджмента.

3. Сергей, специалист по маркетингу, 30 лет – работал 2 года в оптовом складе, владеет английским и немецким языками, ценит себя, ищет высокооплачиваемую работу.

4. Павел, продавец в фирменном американском магазине, 27 лет – коммуникабелен, много рассказывает о прежней работе, хвастается, отлично владеет английским языком, часть собеседования на английском языке.

☺. Составьте устно объявление в газету о конкурсе на должность главного бухгалтера. Используйте данные ниже словосочетания:

- Объявляется конкурс на...
- Прием документов...
- Принимаются...
- Ищем на работу...

- *Ищем (кого?)...*
- *Набираются...*
- *Обращаться с вопросами...*
- *Просим обращаться по адресу...*
- *Просьба обращаться лично к...*
- *Приемная комиссия:...*

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Zestaw gotowych pytań

BADANE KOMPETENCJE	ТЕМАТЫКА ПЫТАЊ	ПОЗИТЫВНІЕ ЗАБАРВІОНЕ ОДПОВІДЗІ
	ZASTANÓW SIĘ JAK:	MUSISZ WYKAZAĆ SIĘ:
Kontakty z klientem	<p>przełamujesz pierwsze lody, gdy kogoś poznajesz ?</p> <p>zachowujesz się, gdy kogoś poznasz ?</p> <p>postrzegasz dobre relacje z innymi osobami i co Ci je utrudnia?</p> <p>opiszesz sytuację ze swojego życia, kiedy to musiałeś rozwiązać problem związany z klientem, współpracownikiem, etc.</p>	<p>łatwość nawiązywania kontaktów, empatia, podejście indywidualne do każdego klienta, umiejętność radzenia sobie ze złością i frustracją, uważne słuchanie, wzbudzenie pozytywnych, serdecznych odczuć u prowadzącego rozmowę</p>
Przekonywanie	<p>przekonujesz innych do swojego zdania</p> <p>określisz przyczyny swojego niepowodzenia w przekonaniu kogoś o czymś</p> <p>udało Ci się "coś" wynegocjować</p> <p>określisz swoje silne strony, które stosujesz podczas przekonywania innych</p>	<p>przekonywująca prezentacja, dobry negocjator, dobra współpraca, sukcesy w działaniu, umie się sprzedać !</p>
Komunikacja słowna	<p>opowiesz o swoim doświadczeniu, pracy zawodowej, życiu rodzinnym,</p> <p>zaprezentujesz produkt, usługę,</p> <p>okażesz pewność siebie w rozmowie,</p> <p>opiszesz prezentację, którą ostatnio robiłeś/robiłaś</p>	<p>pewność siebie, precyzyjność, tempo, głośność wypowiedzi, użycie odpowiednich słów i wyrażeń, umiejętność dostosowywania stylu wypowiedzi do różnorodnego audytorium, nie zbaczaj z tematu !</p>

Komunikacja pisemna	określisz formularze, które wypełniałeś, korespondencje, którą pisałeś, posługujesz się słowem pisanym, robisz notatki na swój użytek a jak na użytek innych	sprawność i zwięzłość komunikacji pisemnej, właściwa struktura notatek, czytelność
Praca zespołowa	określisz swój stosunek do pracy w zespole, opowiesz o swojej współpracy z zespołem	pozytywny stosunek do pracy zespołowej, dobre dopasowanie do zespołu, zdolność budowania długotrwałych relacji i związków, "dusza zespołu", realizuje cele własne i grupowe
Poszukiwanie informacji	podważasz informacje przed podjęciem decyzji, jak zdobywasz brakujące informacje, zapamiętujesz kluczowe fakty i informacje	znajomość różnorodnych źródeł informacji, stawianie właściwych pytań problemowych, dokładność i staranność
Rozwiązywanie problemów	rozwiązujesz złożone problemy w życiu zawodowym, identyfikujesz przyczyny problemów, opowiesz o sytuacji, kiedy to musiałeś/ musiałaś podjąć obiektywną decyzję	zdolność przewidzenia potencjalnych trudności, właściwa analiza możliwych trudności, logiczne podejście do problemów, właściwe konkluzje!
Świadomość konkurencji	opiszesz konkurencję firmy, do której kandydujesz określisz dlaczego klienci wolą usługi i produkty tej firmy, zwiększysz zysk firmy, opiszesz możliwości rozwoju działalności i redukcji kosztów	komercyjne nastawienie, znajomość działań, usług i produkcji konkurencji, zdolność dostrzegania silnych i słabych stron firmy, jej możliwości i zagrożeń, znajomość rynku
Wiedza specjalistyczna	określisz swoje braki w wiedzy specjalistycznej radzisz współpracownikom udzielasz fachowych porad opiszesz ostatni problem fachowy i jego rozwiązanie	ekspert, autorytet w swojej dziedzinie nieprzerwane uaktualnianie wiedzy specjalistycznej
Orientacja na jakość	pokażesz przykład kiedy to musiałeś/ musiałaś wykazać się pracą o wysokiej jakości, pod presją czasu	wysoki poziom wykonywanej pracy, jakość przede wszystkim!
Organizacja pracy	radzisz sobie z organizacją pracy, przygotowujesz się do spotkań, rozmów, prezentacji, projektów	efektywność organizowania czasu pracy, regularna kontrola postępów w pracy

Rzetelność	określisz procedury, których aktualnie musisz się trzymać, opowiesz o sytuacji kiedy musiałeś wystąpić przeciw czyjejś władzy	dostosowanie do nakazów i wskazówek przełożonych, dobre stosunki z przełożonymi, zaangażowanie w sprawy organizacji
Nastawienie na klienta	miałeś dużo kontaktów z klientami, opowiesz o sytuacji kiedy ktoś wysunął nadmierne żądania w stosunku do Ciebie, określisz dlaczego ludzie są ważni	ludzie przede wszystkim, uprzejmość, zadowolenie klienta
Zrównoważenie emocjonalne	opowiesz o sytuacji kiedy musiałeś/ musiałaś pracować w stresowych warunkach, opowiesz o sytuacji kiedy doświadczyłeś/ doświadczyłaś niepowodzenia	kontrola w sytuacji stresowej, optymizm i odporność na stres, pozytywny stosunek do zmian
Orientacja na rezultat	opowiesz o realizacji trudnego zadania, zdobyłeś/ zdobyłaś przydatne kwalifikacje, zrealizowałeś / zrealizowałaś ambitny cel	Motywacja, pozytywny stosunek do stawiania sobie wyzwań, zdobywanie nowych umiejętności
Przejawianie inicjatywy	opowiesz o sytuacji kiedy musiałeś/ musiałaś wziąć odpowiedzialność za swoje decyzje	odpowiedzialność za swoje decyzje, samodzielność decyzyjna

Jak się zachowywać podczas rozmowy ?

Postawa:	siedząca i pochylona ku rozmówcy.
Miejsce:	na pewno unikaj siadania "twarzą w twarz" z rozmówcą (to nie bitwa a rozmowa). Jeśli sytuacja zmusi Cię do tego - usiądź lekko bokiem do rozmówcy.
Przestrzeń:	nie za blisko i nie za daleko. <u>Pamiętaj:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 15 cm - 45 cm przestrzeń intymna. • 46 cm - 1,2 m przestrzeń osobista. • 1.2 m - 3.6 m przestrzeń społeczna - wskazana na rozmowę kwalifikacyjną z pracodawcą. powyżej 3.6 m przestrzeń publiczna.
Kontakt wzrokowy:	wskazuje na zainteresowanie tematem rozmowy i pomaga efektywnie kontrolować rozmowę. Nie gap się do przesady !
Mimika:	twoja twarz musi wyrażać zainteresowanie a nie znużenie, irytację lub niedowierzanie. Kiwając głową możesz wyrazić, że uzyskane informacje oceniasz jako przydatne.

Gesty:	zbyt wiele ruchów może rozpraszać rozmówcę. Nie zaciskaj dłoni, nawet jeśli jesteś zdenerwowany. Kalendarz, notatnik i pióro, które wzięłeś ze sobą, pomogą Ci w koncentracji na temacie rozmowy i rozładują stan zdenerwowania.
Głos:	mów w rzeczowy i spokojny sposób. Ton, szybkość wypowiedzi i głośność są bardzo istotne. Zastosowanie wypełniaczy jest bardzo przydatne, np. potakiwanie typu "tak", "rozumiem". Stosuj również słowa zachęcające typu "świetnie", "dobrze", aby pokazać swój pozytywny stosunek do tematu.
Słuchanie:	rób to uważnie, abyś mógł zadawać właściwe pytania. Twoje myśli nie mogą błądzić - rób notatki, aby temu zapobiec !

Источник: http://www.astroman.com.pl/p_pytania.htm

Jeśli szukasz pracy przez telefon - pamiętaj, że siła głosu, tempo mówienia, timbre głosu mają znaczenie.

ZANIM ZATELEFONUJESZ MIEJ POD RĘKĄ:

- OGŁOSZENIE
- nazwisko osoby lub nazwę działu
- nazwę stanowiska
- pytania, które chcesz zadać
- kartkę i długopis
- co powinieneś zaproponować pracodawcy
- bądź przygotowany do odpowiedzi na pytania dotyczące ciebie, twojego doświadczenia zawodowego, powodu, dla którego interesuje cię właśnie ta praca
- wypisz wymagania stawiane przez pracodawcę
- wypisz wymagania ukryte, które pracodawca może postawić

KAŻDY MOŻE ZADZWONIĆ DO PRACODAWCY. W CZASIE ROZMOWY:

- miej pod ręką życiorys
- poproś osobę lub dział, z którym chcesz rozmawiać
- podaj swoje nazwisko
- wymień stanowisko, którym jesteś zainteresowany
- powinieneś umieć odpowiedzieć na każde pytanie
- odpowiadać śmiało
- mówić wyraźnie
- pytać śmiało

SPOTKANIE

- zanotuj datę, godzinę, miejsce i nazwisko osoby, do której masz się zgłosić
- jeśli miejsce pracy jest już nieaktualne, zapytaj czy masz /jakiś/ szanse na przyszłość
- czy możesz zadzwonić za jakiś czas

- czy możesz przysłać swoje podanie
- inne możliwości

ZASADY

- przedstaw się i powiedz, w jakiej sprawie dzwonisz
- WYTRWAJ - chcesz czekać
- pozostaw pracodawcy czas na zastanowienie się kiedy mógłbyś zadzwonić ponownie
- staraj się o uzgodnienia
- SKOŃCZ UPRZEJMIE

Jak rozmawiać z pracodawcą?

Rozmowa telefoniczna służy:

- uzyskaniu szybkiej informacji,
- zrobieniu dobrego wrażenia na pracodawcy i
- umówienia się na rozmowę kwalifikacyjną.

Wskazówki zanim zadzwonisz

- przygotuj długopis, kartkę, ogłoszenie w sprawie, którego dzwonisz, napisz sobie nazwisko osoby z którą chcesz rozmawiać, nazwę stanowiska, o które się ubiegasz i powody, dla których chciałbyś tą pracę podjąć, pytania do pracodawcy w sprawie tej pracy,
- wybierz sprawny aparat telefoniczny, spokojne miejsce na przeprowadzenie rozmowy, jeżeli dzwonisz z automatu pamiętaj o żetonach lub karcie,

W czasie rozmowy

- nie pytaj czy jest praca,
- poproś osobę, z którą chcesz rozmawiać,
- wypowiadaj się uprzejmie i wyraźnie,
- upewnij się czy rozmawiasz z osobą o którą Ci chodzi i przedstaw się,
- powiedz jaka pracą jesteś zainteresowany i dlaczego,
- zapisuj poddane informacje,
- jeżeli masz wątpliwości upewnij się czy dobrze zrozumiałeś, usłyszałeś podaną informację,
- jeżeli okaże się, że nie jest to praca dla Ciebie zapytaj o inne możliwości,
- jeżeli nie ma wolnych miejsc pracy spróbuj mimo wszystko umówić się na spotkanie, aby porozmawiać o możliwościach pracy w przyszłości.
- na zakończenie uprzejmie podziękuj za rozmowę.

Rozmowa kwalifikacyjna to rozmowa z pracodawcą decydująca o uzyskaniu zatrudnienia. W czasie rozmowy pracodawca ma okazję poznania kandydatów do pracy. Kandydaci mają możliwość dowiedzenia się czegoś więcej o stanowisku pracy i przekonania pracodawcy, że są najlepszymi kandydatami.

Ў ТАК ГОВОРЯТ ПО-ПОЛЬСКИ!**Przykładowe pytania pracodawców**

1. Co spowodowało, że odniósł Pan sukces w tym zawodzie?
2. Proszę opisać swój typowy dzień.
3. Jakie ma Pan doświadczenie zawodowe?
4. Proszę określić związki wykonywanej przez Pana pracy z głównymi zadaniami pańskiego działu i firmy.
5. Co w pańskiej pracy jest, Pana zdaniem, najistotniejsze?
6. Czy gotów jest Pan pojechać wszędzie tam, gdzie firma Pana wyśle?
7. Co się Panu podobało, a co nie podobało w ostatnim miejscu pracy?
8. Które z dotychczasowych miejsc pracy najmniej Panu odpowiadało?
9. Czego nauczył się Pan w poprzednich miejscach pracy?
10. Jak Pan ocenia dotychczasowy rozwój swojej kariery?
11. Jak długo chciałby Pan u nas pracować?
12. Ile czasu Panu zajmie wciągnięcie się w pracę naszej firmy?
13. Co chciałby Pan robić z 5 lat?
14. Jakie ma Pan kwalifikacje?
15. Jakie są największe Pańskie osiągnięcia?
16. W jaki sposób planuje Pan poważniejsze zadania i przygotowuje się do ich realizacji?
17. Proszę opowiedzieć jak wygląda historia pańskich awansów.
18. Czy potrafi Pan pracować pod presją czasu?
19. Co jest Pańską najmocniejszą stroną?
20. Jakie cechy najbardziej Pana wyróżniają?
21. Co Pana w tej pracy najbardziej interesuje?
22. Czego Pan poszukuje w następnej pracy?
23. Dlaczego powinienem Pana zatrudnić?
24. Co może Pan zrobić dla nas takiego, czego nie potrafią inni?
25. Proszę mi opowiedzieć o jakimś trudnym problemie, z którym musiał się Pan uporać.
26. Co powiedzieliby o Panu dotychczasowi przełożeni?
27. Czy możemy sprawdzić Pańskie referencje?
28. Jaką książkę Pan ostatnio czytał (jaki film oglądał) i jakie zrobiła na Panu wrażenie?
29. Jak radzi sobie Pan z napięciem?
30. Od jak dawna Pan szuka pracy?
31. Czy był Pan kiedykolwiek zwolniony z pracy?
32. Dlaczego Pana zwolniono?
33. Na co przeznaczzał Pan najwięcej czasu w poprzedniej pracy i dlaczego?
34. Jak przyjmuje Pan polecenia?
35. Jak przyjmuje Pan krytykę?
36. Czy chciałby Pan wykonywać pracę swojego przełożonego?
37. Co Pan sądzi o swoim obecnym (poprzednim) szefie?
38. Proszę opisać sytuację, w której pańska praca lub pomysły zostały skrytykowane.
39. Proszę opowiedzieć coś o sobie.

40. Proszę ocenić siebie na skali od jednego do dziesięciu.
41. Czym najbardziej się Pan przejmuje?
42. Jaka była najtrudniejsza sytuacja, z którą się Pan zetknął?
43. Jakie rzeczy Pana niepokoją?
44. Czego Pan najbardziej nie lubi?
45. Proszę mi opowiedzieć co ostatnio Pana rozłościło w pracy.
46. W czym wykazał się Pan własną inicjatywą?
47. Co się Panu nie podoba w postępowaniu szefa?
48. Jak, Pana zdaniem, szef ocenia Pańską pracę?
49. W jaki sposób szef wydobywa z Pana to, co najlepsze?
50. Czy interesuje się Pan sportem?
51. Jakie cechy osobowości są niezbędne do osiągnięcia sukcesu w Pańskiej dziedzinie?
52. Woli Pan pracować samodzielnie czy w zespole?
53. Jaką rolę zwykle pełnił Pan w zespole?
54. Jak zdefiniowałby Pan atmosferę sprzyjającą pracy?
55. Czy daje Pan wyraz swoim opiniom jeśli nie zgadza się Pan ze zdaniem swojego przełożonego?
56. Co powiedziałby Pan o przełożonym, który postępuje nie *fair* albo z którym trudno się współpracuje?
57. Czy uważa Pan, że jest naturalnym liderem czy raczej podwładnym?
58. Dlaczego uważa Pan, że jest lepszy od swoich kolegów?
59. Z jakimi ludźmi lubi Pan pracować?
60. Otrzymał Pan zadanie, które wymaga kontaktowania się z ludźmi zajmującymi w firmie różne szczeble w hierarchii. Jak Pan to robi? Kontakty z jakim szczeblem najbardziej Panu odpowiadają?
61. Ma Pan w południe wyznaczoną wizytę u lekarza. Czekał Pan na nią 10 dni. Ale w ostatnim momencie wypadło jakieś ważne spotkanie. Co Pan robi?
62. Jak udało się Panu przyjść na rozmowę kwalifikacyjną skoro nadal jest Pan zatrudniony gdzie indziej?
63. Kiedy spodziewa się Pan awansu?
64. Proszę zdefiniować pojęcie współpraca.
65. Jakie ma Pan kłopoty we współpracy z ludźmi różniącymi się od Pana wykształceniem i zainteresowaniami?
66. Proszę powiedzieć co takiego Pan zrobił, co świadczyłoby o Pańskiej lekkomyślności?
67. Proszę mi opowiedzieć coś, co było dla Pana największym wyzwaniem.
68. Proszę podać przykład jakiejś metody pracy, którą Pan stosuje. Co Pan o niej sądzi?
69. Co by Pan zrobił, gdyby musiał podjąć jakąś decyzję, a nie byłoby do tego odpowiedniej procedury?
70. Co jest Pańską największą słabością?
71. Patrząc z perspektywy: czy mógł Pan lepiej pokierować swoją karierą?
72. Jakie decyzje jest najtrudniej Panu podejmować?
73. Jakie umiejętności zawodowe chce Pan obecnie doskonalić?
74. Czy, kiedy trzeba, gotów jest Pan podjąć ryzyko?
75. Widzi Pan ten długopis? Proszę mi go sprzedać.

76. Jak zdefiniowałby Pan swój zawód?
77. Czy miał Pan kiedykolwiek kłopoty finansowe?
78. Jak radzi sobie Pan z odmową?
79. Dlaczego tak długo był Pan bez pracy?
80. Dlaczego tak często zmienia Pan pracę?
81. Dlaczego chce Pan odejść z obecnej pracy? Dlaczego odszedł Pan z poprzedniej pracy?
82. Co Pana najmniej interesuje w tej pracy?
83. Co w Pańskiej poprzedniej firmie się Panu nie podobało lub z czym się Pan nie zgadzał?
84. Jakie wyniósł Pan ogólne wrażenia ze swojej ostatniej firmy?
85. Jakie sprawy utrudniają Panu wykonywanie pracy i jak Pan sobie z nimi radzi?
86. Co w tej pracy wydaje się Panu trudne? Dlaczego tak Pan uważa?
87. Każda praca ma swoje plusy i minusy. Proszę podać przykład niektórych minusów z Pańskiej ostatniej pracy.
88. W jaki sposób dostał Pan poprzednią pracę?
89. Na jakie poważne choroby chorował Pan w ostatnich latach? Czy po ich przebyciu odczuwał Pan jeszcze jakieś dolegliwości?
90. Kiedy ostatnio odwiedził Pan przychodnię specjalistyczną?
91. Czy mieszka Pan z rodzicami, rodziną czy też zajmuje samodzielne mieszkanie?
92. Czy ma Pan dzieci? Jeśli tak to w jakim wieku?
93. Czy może Pan w jakiś sposób udokumentować znajomość języków obcych?
94. Czy w tej chwili doskonali Pan znajomość jakiegoś języka obcego?
95. Czy dotychczas wykorzystywał Pan w pracy zawodowej znajomość języków obcych? Jeżeli tak to przy jakiej okazji?
96. Które z ukończonych przez Pana kursów i szkoleń były dla Pana najbardziej przydatne?
97. Jakie szanse na rozwój dostrzega Pan w firmie, w której poprzednio był Pan zatrudniony?
98. Co uważa Pan za największe zagrożenie dla firmy, w której poprzednio był Pan zatrudniony?
99. Na czym polegał awans (rozwój) w nowym miejscu pracy?
100. Czy zmiana pracy przyniosła Panu wymierne korzyści? Jakiej?
101. Czy o Pana planowanym odejściu wiedzą przełożeni w firmie, w której Pan nadal pracuje?
102. Które ze zmian pracy miały największe znaczenie w Pana dotychczasowej karierze?
103. Realizacja jakich zadań przyniosła Panu najwięcej satysfakcji?
104. Jakie cele zawodowe zamierza Pan zrealizować w najbliższym czasie?
105. Ile czasu spędza Pan w pracy?
106. Proszę ocenić politykę personalną firmy, w której Pan dotychczas pracował.
107. Proszę ocenić politykę marketingową firmy, w której Pan pracuje.
108. Co, Pana zdaniem, należałoby zmienić w firmie, w której Pan pracuje?
109. Co jest dla Pana ważniejsze: zadowolenie z pracy czy awans?
110. Czy tylko do nas wysłał Pan życiorys i list motywacyjny?
111. Czego oczekuje Pan po zmianie pracy?

112. Czego chciałby Pan się jeszcze nauczyć?
113. Czy wybrałby Pan ponownie taki zawód jaki Pan obecnie wykonuje?
114. Czy zdecydowałby się Pan na przewodniczkę, by objąć wyższe stanowisko w filii naszej firmy?
115. Dlaczego chce Pan pracować u nas?
116. Co najgorszego słyszał Pan o naszej firmie?
117. Proszę uporządkować według ważności listę firm, które by Pan odwiedził oferując nasze produkty.
118. Proszę wskazać swoje doświadczenia zawodowe, które wiążą się bezpośrednio ze stanowiskiem, o które się Pan ubiega.
119. Które z realizowanych przez Pana zadań bezpośrednio odpowiadają przyszłym obowiązkom u nas?
120. Dlaczego zainteresowała się Pan naszą ofertą/firmą?
121. Który ze znanych produktów naszej firmy ocenia Pan najwyżej i dlaczego?
122. Czy np. gdyby wygrał Pan bardzo dużą sumę pieniędzy to czy nadal by Pan pracował, czy wybrał życie z odsetek?
123. Jaka jest granica finansowa, od której nasza oferta wyda się Panu atrakcyjna?
124. Jak Pan sądzi: ile zarabia się u nas na porównywalnych z Pańskim stanowiskiem?
125. Czy w poprzednim miejscu pracy dysponował Pan samochodem służbowym?
126. Jakich korzyści materialnych, poza pensją, oczekuje Pan u nas?
127. W jaki sposób w Pana poprzedniej firmie były wynagradzane dodatkowe godziny pracy?
128. Od jakiej sumy, Pana zdaniem, zaczyna się wysokie wynagrodzenie w naszej branży?

Pytania dla studentów i absolwentów

129. Jak zdobywał Pan pracę w okresie wakacyjnym?
130. Jakie ma Pan plany zawodowe na przyszłość?
131. Gdzie Pan studiował i dlaczego wybrał Pan właśnie tę uczelnię?
132. Czy mając możliwość ponownego rozpoczęcia studiów wybrałby Pan ten sam kierunek?
133. Które przedmioty w trakcie nauki w szkole wyższej Pana szczególnie interesowały i dlaczego?
134. Który ze zdawanych egzaminów był dla Pana najtrudniejszy?
135. Których przedmiotów Pan nie lubił na studiach i dlaczego?
136. Jak opłacał Pan studia i swoje utrzymanie w tym okresie?
137. Gdzie odbywał Pan praktyki w czasie studiów? W jakiej firmie, dziale, jak długo one trwały?
138. Jaki wybrał Pan temat pracy magisterskiej i dlaczego?
139. Czy w trakcie studiów brał Pan udział w pracach koła naukowego lub jakiejś organizacji studenckiej?
140. Czy zamierza Pan uzupełniać wykształcenie? W jakiej formie?
141. Usiłowaliśmy wcześniej zatrudnić ludzi z Pańskiej uczelni, ale nie radzili sobie. Czym się Pan od nich różni?

142. Co z tego, czego nauczył się Pan na studiach, przyda się Panu w pracy?
143. Czy lubi Pan rutynowe działania/stałe godziny pracy?
144. Jakim stanowiskiem jest Pan zainteresowany?
145. Czy ma Pan kwalifikacje, które umożliwią Panu odnoszenie sukcesów w tej dziedzinie?
146. Dlaczego uważa Pan, że spodoba się Panu ten rodzaj pracy?
147. Co Pan wie o naszej firmie?
148. Co, Pana zdaniem, jest warunkiem awansu w dobrej firmie?
149. Czy uważa Pan, że pierwsi pracodawcy powinni brać pod uwagę oceny ze studiów podczas przyjmowania absolwenta do pracy?
150. Czy to jest pierwsza Pana rozmowa kwalifikacyjna?

Источник:

http://www.abcpraca.pl/index.php?view=1&art_id=16&pid=60&ret_id=20

Jak radzić sobie ze stresem i przetrwać w nowej pracy

Stres jest reakcją towarzyszącą człowiekowi w ciągu całego życia może wywoływać przykre doznania lub mobilizować nas do działania. Można nawet powiedzieć, że bez stresu nie ma życia, ale gdy sytuacje stają się zbyt trudne lub nasze reakcje nieadekwatne do sytuacji to zaczynają się problemy. Każdy człowiek ma indywidualną tolerancję na stres i różne sposoby radzenia sobie w sprośnaniu wymaganiom otoczenia. W czasie poszukiwania pracy jesteśmy stale narażeni na nowe, nieznanne sytuacje i niepowodzenia. Warto zapoznać się z publikacjami na temat: typowych reakcji na stres, sposobów radzenia sobie ze stresem w trudnych sytuacjach, metodami relaksu i koncentracji oraz informacjami kiedy stres jest szkodliwy i jakie choroby może spowodować. Niezwykle stresujący jest także pierwszy dzień w nowej pracy.

Dlatego warto pamiętać o:

- godzinie rozpoczęcia pracy,
- adresie i możliwościach dojazdu,
- odpowiednim ubraniu i wyglądzie - prezencja jest równie ważna dla zachowania pracy, co i dla jej zdobycia,
- słuchaniu poleceń, okazywaniu zainteresowania,
- zadawaniu pytań,
- poznaniu rozkładu budynku,
- tym, aby być miłym i uprzejmym.

7. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ

☺. Вспомните конструкцию:

ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Чем занимается Ваша фирма?

Наша фирма занимается производством обуви.

☺. Заполните таблицу. Скажите чем занимается фирма?

-ом, -ем	-ой, -ей	-ами, -ями
бизнес -	реклама -	операции -
ремонт -	подготовка -	инвестиции -
сервис -	разработка -	вложения -
производство -	поставка -	акции -
обучение -	закупка -	рекламации -
обслуживание -	торговля -	указания -
изготовление -	продажа -	

☺. Скажите, чем могут заниматься фирмы?

производство и продажа мебели –

производство компьютерной техники –

разработка проектов и программ –

реклама товаров –

подготовка специалистов –

организация деловых встреч и переговоров –

обслуживание туристов –

ремонт автомобилей –

производство медицинской аппаратуры –

закупка и продажа лесоматериалов –

Обратите внимание:

производить	машины
	пластмассы
	технику
	обувь

оказывать	помощь услуги поддержку содействие
осуществлять	контроль подготовку посредничество

☺. Скажите, в какой области и на чем специализируется фирма?
Обратите внимание на конструкцию:

✎ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Фирма специализируется | в области маркетинга
на производстве оргтехники



ПОДСКАЗКА:

бизнес, менеджмент, внешняя торговля, малая полиграфия, производство и продажа мебели, организация выставок и ярмарок, экспорт вычислительной техники.

☺. Прочитайте толкования терминов, подберите их польские эквиваленты:

Производство – обработка и/или сборка сырьевых материалов, иногда деталей по превращению их в продукции.

Используемые рабочие (труд), машины, инструменты, энергия, сырьевые материалы и детали, называются **вложениями**.

Продукция – это товары, которые произведены или созданы в цеху или на фабрике.

Объем продукции, созданный бизнесом за определенное время, называется **выпуском**.

☺. Познакомьтесь со стадиями производства:

Стадии производства

Стадия 1. Складирование. Материалы и детали закупаются и доставляются на склад сырьевых материалов. Там их проверяют и хранят, пока они не понадобятся.

Стадия 2. Обработка. Сырьевые материалы обрабатываются, например, резанием, распиливанием, инструментальной обработкой или сшиванием.

Стадия 3. Сборка. Детали собираются и создается продукция. В случаях, когда продукция простейшего вида: порошок, х/б пряжа – сборка не нужна.

Стадия 4. Довершение. Довершение обычно включает в себя окрашивание, чистку, мытье, пропитку или склеивание.

Стадия 5. Инспекция. Инспекция предназначена для того, чтобы гарантировать правильность изготовления продукции и ее готовность к отправке покупателю. Это контроль качества.

Стадия 6. Упаковка. Продукция упаковывается и она готова к отправке покупателю.

☺. *Вы владелец промышленного предприятия. Скажите корреспонденту:*

1. Где Вы складируете Вашу продукцию?
2. Как обрабатывается сырье на Вашем предприятии?
3. Как собираются детали?
4. Как проходит контроль качества?
5. Как упаковывается Ваша продукция?

☺. *Вы проводите контроль качества. Составьте диалог. Используйте данную ниже лексику:*

Качество: безупречное, высокое, желаемое, не/стандартное, пониженное; высшего качества; аттестат качества; гарантия качества

Это интересно

Руководителю целесообразно принять во внимание следующее:

1. Обладайте видением проблем во всей их глубине.
2. Говорите о поставленных целях и о результатах работы четко и однозначно, удостоверьтесь, что все Вас правильно поняли.
3. Поддерживайте нормальные отношения со всеми подчиненными. Не имейте „любимчиков”.
4. Соотнесите согласование конечных целей со способностями подчиненного: не ставьте задач, с которыми он не справится, а также слишком легких.

5. Контролируйте достижение реальных результатов.
6. Критикуйте мотивированно, взвешенно.
7. Стремитесь к достижению конечных целей постепенно по восходящей линии.
8. Будьте активны и деятельны.
9. Не опекайте подчиненных и не вмешивайтесь в детали работы, дайте им возможность „развернуться”.
10. Доверяйте своим подчиненным.
11. Будьте хладнокровны, демонстрируйте выдержку в самых кризисных ситуациях.
12. Не бойтесь идти на риск и побуждайте к этому своих подчиненных.
13. Будьте экспертом, любой сотрудник должен быть убежден, что лидер знает по меньшей мере столько же, сколько он сам.
14. Стимулируйте проявление разных точек зрения.
15. Делайте свои идеи достижением других.
16. Умейте сосредоточиться на главном.
17. Стремитесь избегать шаблонных подходов, стереотип в мышлении не даст успеха.
18. Общайтесь с людьми других профессий, человек, замкнувшийся в своем узком мире, перестает расти как руководитель.
19. Идите нога в ногу со временем.
20. Боритесь с привычными канонами. Не переносите личные обиды и неприязнь на деловые отношения.

☺. *Перед Вами текст об „Оконном заводе”. Скажите, чем занимается эта фирма и что производит?*

Название „Оконный завод” давно и хорошо знакомо петербуржцам и жителям области. Компания была основана в 1995 году, сразу вошла в число лидеров Северо-Западного региона по производству светопрозрачных металлопластиковых и алюминиевых конструкций. Зимние сады, лоджии, двери и, разумеется, окна, окна и еще раз окна. Все изделия отличаются высоким уровнем качества, ведь за восемь лет своего существования Завод заслужил репутацию предприятия, ориентированного на долгосрочную перспективу, став первым в своей отрасли российским предприятием, прошедшим сертификацию системы качества на соответствие требованиям ИСО 9001 еще в 1999 году.

Окна приятно удивляют сочетанием высокого качества и низкой цены. Рама выполнена из профиля 4-камерной конструкции с повышенной термоизоляцией, геометрическая форма которого

защищена патентом РФ. Высококачественный первичный ПВХ выдерживает перепады температур от минус 60 до более чем плюс 100 градусов по Цельсию. Фурнитура производства немецкой фирмы, признанного лидера и изобретателя поворотного-откидного механизма, делает окна удобными и легкими в повседневном использовании. Стеклопакет толщиной 32 миллиметра обеспечивает прекрасную шумо- и теплоизоляцию, благодаря автоматизированной сборке свободен от пыли и пятен.

По материалам:

<http://www.plastburg.ru/page.php?pageId=5&menuItemTreeCode=0101>



ПОДСКАЗКА:

ИСО – Международная Организация по Стандартизации (International Organization for Standardization)

ПВХ – поливинилхлорид – polichlorek winylu (PCV)



ЮМОР

В фирме работает первый день новый сотрудник. Он стоит с кипой бумаг перед машиной по уничтожению документов. Явно видно, что он понятия не имеет, как она функционирует. Проходит мимо его коллега и спрашивает: - Чем я могу вам помочь? - Объясните мне, как эта машина работает. - Очень просто, - говорит коллега, берет бумаги у новичка и бросает их одна за другой в окошко приема. Новичок восхищен: - Здорово! И как просто! А откуда будут выходить копии?

☺. *Прочитайте текст, перескажите его на русском языке:*

Trudne negocjacje gazowe

Polsko-rosyjskie negocjacje gazowe okazały się znacznie trudniejsze, niż początkowo prognozowano. W środę - pod nieobecność Aleksieja Millera, który na dwa dni wyjechał do Kazachstanu - w Gazpromie trwały rozmowy, jak to określono, techniczne. Wczoraj do negocjacji włączył się przebywający w Moskwie wicepremier Marek Pol. Odbył już pierwszą turę rozmów z wicepremierem Wiktorem Christienko, ale dziś mają się spotkać ponownie.

Spór idzie ciągle o to samo: strona polska chciałaby albo zmniejszyć zakontraktowane dostawy rosyjskiego gazu, albo - przynajmniej - jeszcze bardziej rozłożyć je w czasie. Rosjanie patrzą jednak na to niechętnie, nie zgadzają się też na ewentualny reeksport. Poza tym jest problem tzw. II nitki gazociągu jamalskiego. Zgodnie z protokołem z 1995 r., inwestycja ta miała być gotowa już w 2001 r., ale do dziś nie wiadomo, czy powstanie.

Wątpliwości przybyło, kiedy okazało się, że Gazprom zdecydował się na budowę tzw. gazociągu północnoeuropejskiego, prowadzącego przez Bałtyk do Niemiec. Jego zainteresowanie II nitką wyraźnie zmalało i chociaż może to mieć jedynie charakter taktyczny, to w niczym nie zmienia faktu, że już niedługo mogą pojawić się nowe problemy. W końcu, zgodnie z kontraktem, mamy prawo odbierać istniejącym gazociągami tylko 1/4 rosyjskiego gazu, a resztę - właśnie II nitką. Tymczasem ciągle nie wiadomo, czy i na ile stronom udało się zbliżyć do kompromisu. W każdym razie po pierwszych dwóch dniach negocjacji wicepremier Pol mógł powiedzieć jedynie, że "rozmowy trwają i są bardzo intensywne".

Znacznie lepiej poszło w innych dziedzinach. Marek Pol rozmawiał m.in. z rosyjskim ministrem kolejnictwa, Giennadijem Fadiejewem. Nie ukrywał zadowolenia. Zdaniem polskiego wicepremiera, strona rosyjska już jest przekonana do tego, by wielki transsyberyjski szlak kolejowy kończył się na Śląsku, w Sławkowie, gdzie powinno powstać całe centrum logistyczne. Mówiąc inaczej, Sławkowo wygrało z czeskim Bohuminem, gdzie pierwotnie planowano realizację tej inwestycji. Co więcej, Rosjanie są zainteresowani także polskimi urządzeniami SUW 2000, dzięki którym na polsko-rosyjskiej granicy nie będzie problemu ze zmianą kół, dyktowaną szerokością torów.

Generalnie, i wicepremier Pol, i kilkudziesięciu polskich biznesmenów, którzy wspólnie z Rosjanami przyjęli w Moskwie statut Polsko-Rosyjskiej Rady Biznesu, byli zadowoleni z coraz wyraźniejszego ożywienia naszych kontaktów gospodarczych z Rosją. Okazuje się, że po trzech kwartałach tempo wzrostu naszego eksportu na rynek rosyjski było najwyższe i wyniosło 27,3 proc. Jednocześnie polski import z Rosji zmalał o 8,2 proc. W rezultacie nasz deficyt w obrotach zmalał z 2,6 do 2,1 mld dolarów. To ciągle jeszcze niewiele, ale i taki rezultat może cieszyć. Zwłaszcza że polscy biznesmeni wiele sobie obiecują po działalności Polsko-Rosyjskiej Rady Biznesu. Jak powiedział przewodniczący grupy polskiej Feliks Kulikowski: chcemy, aby kontrakty były szykowane "od dołu", a nie "od góry", aby zwyciężał konkret, a nie polityka.

Dla Polski i dla Rosji - o czym także wiele mówiono w Moskwie - ważne będzie nasze przystąpienie do Unii Europejskiej. Opinie były w zasadzie zgodne: w pierwszym okresie po naszej integracji z Unią mogą pojawić się problemy, ale w dłuższej perspektywie korzyści będzie znacznie więcej. Na pewno natomiast - już od pierwszych dni - mogą wygrać firmy małe i średnie. Chociażby ze względu na spodziewaną obniżkę ceł.

Источник:

http://www.rzeczpospolita.pl/gazeta/wydanie_021206/ekonomia/ekonomia_a_2.html

- 06.12.02 Nr 284

**ПОДСКАЗКА:**

negocjacje – переговоры

dostawa – поставка

gazociąg – газопровод

ożywienie – оживление

śło – пошлина

☺. *Перед Вами Максим – специалист по компьютерным системам, занимающийся продажей программного обеспечения различным компаниям. Прочитайте его диалог с новым клиентом – вице-президентом страховой компании. Дайте характеристику героев по их разговору.*

Клиент: Итак, господин Максим, теперь, когда Вы ознакомились с нашей системой обработки данных, я полагаю, Вы в состоянии сказать, как Вы могли бы нам помочь?

Максим: Я мог бы. Но что Вы имеете в виду под помощью?

К.: Ну, по-моему, мы достаточно сильны в области исков и гарантий. Здесь наша база данных действительно хороша. А что я имел в виду, так это нашу статистическую базу данных. Е еще инвестиции в этих областях. У Вас есть какие-то идеи на этот счет?

М.: Конечно. Вам нужна вовсе не „горячая” статистическая информация, а хорошие, точные планы-карты работы, вот и все. А для этого Вам не нужно программного обеспечения. Все, что Вам требуется – это парочка более квалифицированных в статистике страхования клерков с парой высокоскоростных калькуляторов.

К.: В самом деле?

М.: Да, и Ваша основная проблема с инвестициями всего лишь в том, что Ваш занимающийся инвестициями служащий не на высоте. Все, что ему нужно делать – это приходить на работу на два часа раньше, чтобы вовремя выйти на связь с рынком. У Вас есть гораздо более серьезные проблемы, чем эти.

К.: Неужели?

М.: Вы сказали, что Ваша искомая база данных хороша?

К.: Да, именно так я и сказал.

М.: Это зависит от того, что Вы хотите из нее извлечь. Сейчас все, чем Вы обладаете – это лишь модная бухгалтерская система. Я считаю, что Вам нужна более тонкая информация, чем та, которой Вы сейчас располагаете.

К.: Вы можете нам с этим помочь?

М.: Пока нет. У Вас есть более серьезная проблема.

К.: Что же это?

М.: Нынешний Ваш персонал, занятый обработкой данных, не способен составить эффективный план системы исков для новой базы данных.

К.: Итак, что мне делать?

М.: Усильте персонал: хорошо обучите его на подходящих курсах. После этого мы смогли бы Вам помочь.

☺. *Переведите на польский язык текст „Политика ЕС по отношению к малым и средним предприятиям”:*

W Unii Europejskiej uregulowania prawne dotyczące sektora małych i średnich przedsiębiorstw, a w szczególności elementy wsparcia dla tego sektora, obserwujemy od początku lat 90. Obejmują one przede wszystkim programy wspierające rozwój tego sektora poprzez: zwiększenie konkurencyjności, uproszczenia procedur administracyjnych, koordynacji działań Wspólnoty na rzecz przedsiębiorstw, jak również rozwoju innowacyjności. W tym celu określono dziesięć głównych kierunków planowanych działań:

1. rozwój edukacji i szkoleń z zakresu przedsiębiorczości,
2. tańszy i szybszy proces rejestracji firm,
3. uproszczenie regulacji prawnych,
4. rozwój kształcenia zawodowego,
5. poprawa dostępu usług elektronicznych,
6. polepszenie funkcjonowania firm na Jednolitym Rynku Unii,
7. uproszczenie systemu podatkowego i poprawa dostępu do finansowania,
8. poprawa systemu do nowych technologii,
9. promocja skuteczności przykładów zastosowań e-biznesu i wysokiej jakości systemów spierania firm,
10. lepsza reprezentacja interesów przedsiębiorców na szczeblu krajowym i unijnym.



ПОДСКАЗКА:

uregulowania prawne – юридическая процедура

zwiększenie konkurencyjności – повышение конкурентноспособности

uproszczenie procedur – упрощение процедур

koordynacja działań na rzecz – координация действий в пользу

poprawa dostępności – облегчение доступа к...

promocja skuteczności zastosowania – reklama успешного использования
system wspierania firm – система поддержки фирм

☺. *Прочитайте текст. Скажите, каковы основные направления польской политики по отношению к Востоку?*

Polski projekt polityki wschodniej rozszerzonej UE. Styczeń 2003

Projekt MSZ trafił już do rządów Piętnastki i zainteresowanych państw. Dotyczy czterech krajów: Ukrainy, Białorusi, Mołdawii i Rosji. Autorzy zaznaczają jednak, że mógłby zostać rozciągnięty na kraje Kaukazu i Azji Środkowej.

Zdaniem MSZ Unia powinna zawrzeć umowę stowarzyszeniową (taką, jaką obecnie ma np. Polska) z Ukrainą i Mołdawią. Ukraina ma kluczowe znaczenie dla stabilności i bezpieczeństwa wschodniej części naszego kontynentu. Dlatego "powinna mieć szansę na równie intensywne stosunki z UE jak Rosja" - napisano. Opcja stowarzyszenia powinna też być otwarta dla Białorusi, jeśli zmieni się jej wewnętrzna sytuacja polityczna. Tymczasem zachodni sąsiedzi powinni bardziej wspierać siły demokratyczne, lokalne władze, media, małe i średnie przedsiębiorstwa i organizacje pozarządowe w tym kraju. W długiej perspektywie wszystkie trzy kraje powinny mieć możliwość wejścia do UE, "choć proces ich integracji z pewnością będzie trudniejszy i bardziej długotrwały niż w przypadku obecnych państw kandydujących" .

Zdaniem MSZ stosunki z Rosją rozwijają się we właściwym kierunku, a szczególnego zaangażowania wymaga wspieranie Kaliningradu. W przyszłości Polska zainteresowana jest rozwijaniem współpracy z Rosją w kwestiach politycznych, energetyce, wymiarze sprawiedliwości i sprawach wewnętrznych, a także tworzeniu europejskiej przestrzeni gospodarczej. "Stosunki UE z jej przyszlými wschodnimi sąsiadami powinny być zróżnicowane, w zależności od zaawansowania reform w danym kraju, tego, jak bardzo wyznawane przez nich wartości i prowadzona polityka zagraniczna są zgodne z wartościami i polityką Unii, a także zależnie od ich aspiracji związanych z UE" - dochodzi do wniosku MSZ. Pomoc miałyby być uzależniona od tego, jak dany kraj przestrzega praw człowieka i mniejszości, reformuje gospodarkę, walczy z korupcją.

Polityka wschodnia Unii ma się opierać na trzech filarach: wspólnotowym (w ramach polityki zagranicznej i obronnej UE), rządowym (państwa powinny podejmować działania pojedynczo i w grupach), pozarządowym. Zdaniem MSZ polskie organizacje poza-

rządowe, które już uczestniczą w projektach w Europie Wschodniej, mają doświadczenie, którego może brakować Unii. Stosunki z państwami Europy Wschodniej powinny się też opierać na kontaktach międzyludzkich - między szkołami, uniwersytetami, organizacjami kulturalnymi. W dokumencie znalazło się kilka konkretnych propozycji, m.in. stworzenia Europejskiego Funduszu Demokracji, który działałby za pośrednictwem organizacji pozarządowych, lub Europejskiego Korpusu Pokoju (na wzór amerykańskiego), który wysyłałby np. nauczycieli do szkół. Unia powinna też wspierać powstawanie wydziałów europejskich na ukraińskich, białoruskich, mołdawskich i rosyjskich uniwersytetach, dawać stypendia i umożliwiać staże w UE, organizować szkolenia dla administracji czy straży granicznej i wspierać przedsiębiorczość.

Украина з задоволенням прийняла ініціативу Польщі в справі нової політики Європейської унії wobec східних сусідів - повідомив у вівторок на конференції прасовій в Києві Олександр Чалай, віце-міністр справ закордонних ds. інтеграції європейської.

Источник:

<http://www.bialorus.pl/index.php?pokaz=archiwum&&Rozdzial=archiwum&&strona=343&&wybrane=2415>



ПОДСКАЗКА:

aspiracje – стремления

filar – опора

pozarządowy – внеправительственный

☺. Скажите кратко будущей секретарше, как варить кофе:

Семь столпов мудрости в основе процесса варки кофе

1. Кипячение всегда вызывает горький привкус кофе. Поэтому никогда не доводите кофе до кипения. Варка кофе должна проходить при температуре в диапазоне 90 и 146 градусов С.

2. Кофе нельзя подогревать снова. Его нужно готовить заново при каждом употреблении и варить в таком количестве, какое вы хотите выпить. Наилучший аромат сохраняется в кофе при температуре 86 градусов С.

3. Используйте фильтрованную воду или питьевую воду из бутылочек.

4. Нельзя использовать повторно помол кофе. Остаток представляет собой массу, состоящую из неприятных, горьких компонентов.

5. Следует следить за правильностью помола. Слишком мелкий помол приведет к избыточному экстрагированию, и напиток окажется горьким на вкус. Это также может вызвать засорение кофеварки. Слишком грубый помол сделает напиток водянистым. Для «капающих» кофеварок правильным помолом считается тот, при котором кофе полностью прекращает капать через две-три минуты.

6. Мы советуем использовать 10 гр. (2 полные столовые ложки или 1 стандартную мерку кофе) молотого кофе на каждые 180 мл воды. Эти пропорции необходимо сохранять независимо от количества приготавливаемого вами напитка. Вы можете определять пропорции на вкус, но запомните, что нельзя скупиться (допускать более мелкий помол и загружать кофе меньше нормы), поскольку в результате вы получите жидкий горький напиток.

7. Чтобы сохранить тепло, кофейник можно держать на плите не более 20 минут. Это позволит сохранить приятный аромат. Если вы хотите сохранить кофе теплым и ароматным в течение более долгого промежутка времени, используйте специальную «воздушную» кастрюлю или вакуумный сервер. Существует расхожий миф в отношении кофе: если помол будет мельче, я смогу его расходовать меньше. Этот миф является причиной того, что полученный кофе оказывается более плохим на вкус, чем любой другой кофе, приготовленный обычным методом. Кофе может получиться хорошим только при соблюдении указанной меры загрузки. Слишком тонкий помол будет способствовать экстрагированию горьких на вкус компонентов кофе.

Все это элементарная химия. Когда вы варите кофе, вы стараетесь экстрагировать необходимый процент помола для получения соответствующего напитка. Слишком низкий процент экстракции означает, что вы не окупите своих затрат на кофе. Слишком высокий уровень означает выход горьких масел, которые остались в емкости фильтра и в конечном итоге оказались в вашей чашке.

Идеальным химическим составом кофе можно считать такой состав, в котором уровень растворимых веществ равен 18-22 %. Каким образом можно получить такой напиток? **Существует магическая формула: 10 грамм помола на 180 мл воды.**

Источник: <http://www.secretary.com.ru/raznoe/cofe.html>

☺. После вступления Польши в ЕС поляки могут работать на территории ЕС. Куда бы Вы поехали и почему?

Австрия - 2 тыс. рабочих мест для сборщиков клубники и помидоров за 1500-2000 zл (400-500 Евро).

Бельгия - 2 тыс. мест для сборщиков яблок и клубники за 2000 zл (500 Евро).

Великобритания - 4 тыс. мест для работников гостиничного бизнеса и гастрономической отрасли, рабочих по выращиванию зерей и овощей за 2500-4500 zл (450-1100 Евро).

Германия - 260 тыс. рабочих мест для сборщиков овощей и фруктов за 1800-2500 zл (450-600 Евро) в месяц.

Греция - 1,5 тыс. рабочих мест для сборщиков цитрусовых и винограда за 1500-2000 zл (400-500 Евро).

Ирландия - 4 тыс. рабочих мест для уборщиков и садовых работников за 1500-2500 zл (400-600 Евро).

Испания - 5 тыс. мест для сборщиков клубники, оливок, цитрусовых и винограда, гостиничных работников и водителей грузовиков за 2000-2800 zл (500-700 Евро).

Португалия - 1,5 тыс. рабочих мест для сборщиков винограда за 1500-2000 zл (400-500 Евро).

Франция - 10 тыс. рабочих мест для сборщиков винограда и работников гастрономической и туристической сферы за 2000-3000 zл (500-750 Евро).

Швейцария - 500 мест для работников сельского хозяйства с зарплатой 1500-2000 zл (400-500 Евро). и т.д.

Источник: http://www.polska.ru/polska/ekonomika/praca_ue.html

☺. На основании данных о безработице в России подготовьте рассказ о безработице в Польше, используя подчеркнутые слова и выражения:

Число официально зарегистрированных безработных выросло в России на 17,2 процента по сравнению с концом декабря 2003 года, сообщает ИТАР-ТАСС. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата), оно составляет 1,92 миллиона человек или примерно 32,4 процента от общего количества безработных.

При этом общая численность лиц, не имеющих работы, сократилась за тот же период на 10,8 процента и составила 5,627 миллиона человек или 7,6 процента всего экономически активного населения страны на 1 декабря 2004 года.

Дополнительно, общая численность безработных в России, рассчитываемая по методологии Международной организации труда,

в декабре 2004 года увеличилась на 1,1 процента по сравнению с ноябрем, а количество официально безработных возросло на 4,3 процента.

Источник: 2005/01/26 - <http://pda.lenta.ru/economy/2005/01/26/unemployment/>



ПОДСКАЗКА:

ИТАР-ТАСС – Информационное Телеграфное Агентство России

☺. *Вам знакомо понятие „блат”? Прочитайте текст и скажите, популярно ли это явление в Польше?*

„Рука руку моет”, или, как выражаются англичане, „почеши мне спину, а я почешу тебе”. Смысл тут один. Когда вы начинаете новое дело, первое, чем вам предстоит заняться, - найти нужного человека, способного вам помочь. В идеале это ваш родственник или кто-то, кому вы в свое время помогли. После того, как такой человек найден, все упрощается: ведь у него тоже есть друзья. „Я направлю на строительство вашей дачи машину кирпичей, а вы попросите экзаменатора быть снисходительнее к моему оболтусу-сыну, которому вздумалось поступать в ваш университет”. Такие отношения нельзя назвать взяткой: ведь ни один рубль тут не перекочевывает из кармана в карман. Перед вами „блат”, самое мощное оружие, каким когда-либо владела России; отмычка, открывающая любые двери. Вы оказываете кому-либо услугу не за деньги, а в расчете, что в один прекрасный день вам может понадобиться его помощь. (В.Ж.)

8. РЕКЛАМА

☺. Прочитайте какие бывают виды рекламы. Скажите, какая, на Ваш взгляд, наиболее важна, эффективна.

SPOSOBY KLASYFIKACJI REKLAM

Znamy cztery główne sposoby klasyfikacji reklam

Ze względu na **cel reklamy**:

- informacyjna (TP S.A. - nowe numery kierunkowe)
- nakłaniająca (większość reklam produktów)
- przypominająca (np. samo logo firmy)
- edukacyjna (np. kampania "nie garb się")

Ze względu na **przedmiot reklamy**:

- reklama produktu
- reklama marki
- reklama o sprzedaży (np. PZU: mamy już 10 mln klientów)
- instytucjonalna (Otwarte Fundusze Emerytalne)
- okolicznościowa (święteczne reklamy Coca-coli)
- adwokacka (np. kampania o przemocy w rodzinie)
- ekologiczna

Ze względu na **nośnik reklamy**:

- prasowa
- radiowa
- telewizyjna
- plakatowa
- wydawnicza
- filmowa (w tym product placement - jak np. samochody Nissan w filmie „Killer”)
- kinowa
- internetowa
- wystawiennicza
- upominkowa (na gadżetach)
- pocztowa



ПОДСКАЗКА:

реклама: графическая, акустическая, визуальная, аудио-визуальная, световая, плакатная; в афишах, в витринах; на всей полосе, на две страницы, на титульном листе; по радио, по телевидении

☺. *Посмотрите рекламные объявления. Сообщите о рекламируемых товарах:*

**ПОЛЦЕНЫ ЗАПЛАТИЛ -
В МАШИНУ СЕЛ И ПОКАТИЛ!**



**ГАЗ
ВАЗ
УАЗ
АЗЛК**

АВТОМОБИЛИ - В КРЕДИТ

- Внес половину суммы, Вы выплачиваете оставшуюся половину, уже пользуясь машиной.
- Все машины новые, прямо с конвейера.
- Цена машины фиксируется на момент оформления договора и в дальнейшем не может быть изменена, даже если завод-изготовитель поднимет цены.

После трех лет успешной работы Туле фирма "ЭЛИТОН" открыла свои филиалы в Москве, Уфе, Череповце.

Тула: (0872) 36-79-26 Уфа: (82147) 3-26-01
Москва: (095)233-30-31 (офис)
 (095)158-89-80 (09.00-17.00)
 (095)351-84-81 (10.00-18.00)

 ЭЛИТОН

Лицензия № 004080

**ВАШ ИСТОЧНИК
ДОХОДОВ**

МИЛЛИОНЫ

САДОВОДОВ

Рынок сбыта средств защиты растений огромен и практически не освоен. Российское научно-производственное предприятие ВИРТАН предлагает Вам ходовой товар - эффективные и безопасные препараты для борьбы с вредителями садов и огородов.

ПРЕПАРАТЫ:

- РАУЦДАП - от сорняков. Применяется осенью, весной и летом.
- ИНГА-ВИР - от 35 видов насекомых - вредителей сада и огорода.
- МЕТА - от слизней и улиток.

А также - ОКСИХОМ-80, СКОР, ДЕЦИС, ТОГАЗ, ГУМАТ и другие...

**(095) 464-55-18
468-09-65
468-94-71**

 ВП
НПП ВИРТАН



Сыр
ЭДАМСКИЙ
• ГЕРМАНИЯ •



Любят Сыр не только мыши...

ЦЕНА 7500 руб/кг

В брикетах по 3,7 кг

ЕЖЕДНЕВНО И КРУГЛОСУТОЧНО
 ☎ 233-00-38

 F&B



ВАЗ

ВСЕХ МОДИФИКАЦИЙ СО СТОЯНКИ В МОСКВЕ

УАЗ

Для наших Трасс...

Оформление на месте - 15 минут
 Лицензия первой продажи

Тел : 388-48-81, тел./факс : 711-80-36




☺. *Запомните словосочетания:*

дать рекламу (куда?) – в газету, на радио, в средства массовой информации (сми), в интернет

поместить рекламу (где?) – в газете, на радио, в средства массовой информации, в интернете, на плакате

публиковать, печатать рекламу (где?) – на обложке журнала, в рекламном приложении, на упаковке.

☺. *Напишите собственное объявление о Вашей фирме для местной экономической газеты. Поместите следующую информацию: наименование Вашей фирмы, каналы связи (телефон, факс), предложите товары и услуги клиентам, определите условия оплаты.*

Условия оплаты

в чем?		в рублях, в долларах США, в евро, в СКВ (свободно конвертируемой валюте)
какая?		наличными, по безналичному расчету, предоплата 100%, по факту доставки

✍ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

<i>Мы продаем</i>		<i>за рубли</i>
		<i>за наличные</i>
		<i>по безналичному расчету</i>

☺. *Прочитайте текст. Скажите, какие существуют формы рекламной деятельности? Какую бы Вы выбрали для Вашей фирмы?*

Если говорить о внешних рынках, то на них российские предприятия выступают пока, как правило, с товарами производственного назначения. В этой связи интересны данные проведенных на Западе исследований об эффективности разных каналов рекламной деятельности. Характерна также их последовательность по значимости: специализированные журналы, специализированные выставки и ярмарки, проспекты, переговоры с клиентами, осмотр предприятий-изготовителей, контакты с техническими специалистами фирм, информация в неспециализированных журналах и газетах, контакты с коммерческими представителями фирм-производителей товаров, научно-техническая литература,

каталоги, участие в конгрессах, симпозиумах, универсальные выставки и ярмарки, рекламные кинофильмы.

Если мы обратим внимание на характер сегодняшней рекламы в России, то бросается в глаза преимущественное использование газетных рекламных объявлений и видеороликов по телевидению. Более логично использование специализированных отраслевых журналов, специализированные выставки и ярмарки, рассылка по почте проспектов и каталогов, личные контакты специалистов, визиты коммерческих представителей.

Это надо знать!

Реклама состоит в том, чтобы рассказать людям, что у Вас есть на продажу, с тем, чтобы им захотелось купить Ваши товары гораздо больше, чем товары Ваших конкурентов. Для рекламы Ваших товаров пользуйтесь любыми средствами информации: газетами, журналами, радио, телевидением, кино, афишами.

Определенным покупателям Вы можете отправить письма. В начале нового года Вы можете рассылать в качестве подарка календари, книжки-еженедельники, карандаши, блокноты, на которых стоит имя Вашей фирмы.

Розничные торговцы могут поместить рекламные материалы в своих магазинах, на прилавках, в витринах.



Тест

Сейчас наступило такое время, что и женщина и мужчина стали тратить на дела все свободные часы. Хотите узнать, есть ли у Вас деловая хватка? Тогда выберите по одному вопрос.

1. Вы собираетесь докончить давно начатую и отложенную работу, и вдруг Вам звонит милый человек противоположного пола, который Вам симпатичен и просит о встрече

а) Вы говорите: „Попозже, солнышко” и, сжав зубы, быстренько приканчиваете свою работу,

б) произнесите: „Иду, любовь моя”, Вы, послав к черту все свои дела, мчитесь на свидание,

в) раз и навсегда решив стать аскетом, Вы снова посылаете к черту, но уже свою симпатию, и с легким сердцем занимаетесь делом.

2. Перед Вами выбор: или пойти в веселую компанию, или, наконец, привести в порядок все свои бумаги, так как Вас замучили жена/муж/совесть/теща

а) Вы, повторяя „делу время, потехе – час”, начнете убирать,

б) радостно подхватили тут же поговорку, Вы решив, что долгожданный час пробил, побежите на вечеринку, клятвенно обещая убраться по истечению данного срока,

в) бодро смотрите на тех, кто упрекает Вас и неаккуратности и, вяло отругиваясь и не вдаваясь в подробности дальнейшей судьбы бумаг, гордо удалитесь.

3. Вас попросили о важной услуге, невыполнимой для других людей

а) Вы, похлопав просителя по плечу, говорите: „Нет проблем!” и, использовав одного из многочисленных друзей, исполните желаемое,

б) сославшись на занятость, уйдете, разводя руками,

в) долго жмете ему руку, лихорадочно думая в это время и, наконец, частично выполняете просьбу.

4. Деловые люди, как правило, не видят в одежде цель жизни. А для Вас она?

а) очень многое, без фирменных тряпок я мало что собой представляю,

б) я люблю красиво одеваться, так как это приятно мне и окружающим,

в) хорошая одежда нужна мне для работы. Если я буду плохо одет, люди совершенно не будут со мной иметь дела.

5. Что начат для Вас друзья?

а) друзья – это великолепно! С их помощью я делаю свои дела, и они мне помогают. С их помощью я достаю, покупаю, подписываю. О, мне очень нужны друзья!

б) друзья – это хорошо! Я не могу без друзей, они помогают мне в трудную минуту,

в) друзья – это для меня все. Я с ними советуюсь, помогаю им.

6. В достаточной ли мере Вы уделяете внимание своему любимому человеку? Всегда ли Вы заботитесь о том, чтобы, когда Вы задерживаетесь на работе, позвонить и сказать?

а) что за ерунда? Я занимаюсь делом, а черт-те чем! У меня просто нет времени на такие пустяки,

б) позвонить-то, конечно, можно, и я звоню, когда могу. Но, думаю, ничего страшного не случится, если я опоздаю немного,

в) конечно, позвоню, милая! Как можно причинить Тебе беспокойство! В конце концов я никогда вообще не опаздываю.

7. Личная жизнь есть у всех, даже у самых деловых. Но вот какое значение Вы придаете личной жизни?

а) семья, дом – это моя жизнь. Я люблю своего избранника, хочу иметь детей, а работа – только для поддержания материального положения,

б) ну что ж, семья – это неплохо. Хорошо иногда провести вечерок-другой в кругу семьи, поговорить с детьми, с любимым человеком, но и дело забывать нельзя,

в) ну уж нет! Всю жизнь провести на кухне – никогда! За детьми пусть следит жена/бабушка, а мое призвание – работа. Вот там я человек, там я достигну больших высот, там мое место.

8. Умеете ли Вы отдыхать, отключаться от своих дел и многочисленных проблем?

а) могу, но не всегда. Если у меня что-то важное, я просто не могу не думать об этом. Тогда и отдых не в радость,

б) о, когда я отдыхаю, я с радостью сваливаю с себя бремя забот и наслаждаюсь жизнью,

в) я уже не помню, когда я отдыхал в последний раз. Все дела, дела...

Пометьте заработанные очки:

	а	б	в
1	5	3	10
2	10	5	3
3	10	3	5
4	3	5	10
5	10	5	3
6	10	5	3
7	3	5	10
8	5	3	10

Сложите все набранные очки.

Более 60 очков – у Вас просто талант! Человека подобных деловых качеств надо поискать. Всю жизнь Вы отдаете работе и видите в ней смысл жизни. Но не пора ли остановиться? Может наступить страшная минута, когда Вы будете совсем одиноким! Это неудивительно, ведь о своих близких Вы не думаете, а друзей цените только как деловых партнеров. Вам грозит превращение в компьютер, холодный, одинокий, бездушный.

От 35 до 60 очков – Вам удастся быть самим собой и при этом не оставаться за кормой жизни. Вашим близким с Вами хорошо, Вы заботливы, внимательны, но также и не пускаете на самотек свои дела, предпочитаете следить за всем сам. Очень хорошо, что Ваша работа не поглотила Вас целиком и не стала самоцелью. Продолжайте ею заниматься, но не забывайте и о тех, кто Вас любит, и все будет в порядке.

До 35 очков – Вы слишком легкомысленны. Нельзя же так доверяться случаю и так безудержно предаваться развлечениям. Нет слов, Вы приятный человек, но о работе забывать нельзя. Надо быть немного серьезнее.

☺. Прочитайте рекламный текст, помещен в интернете. Скажите, от чего зависит успех в рекламе и что рекламирует фирма?

С целью наиболее эффективного решения стратегических задач в области рекламы необходимо четко представление о бизнесе и особенностях товара, знать сильные и слабые стороны компании, обладать информацией о рынке - знать возможности которые он предлагает, и представлять себе проблемы деятельности на этом рынке.

Четко спланировать рекламную кампанию в отношении сроков, средств рекламы, задействованных в кампании, рекламного бюджета. Составить рекламное послание, разработать дизайн рекламного модуля, закупить рекламные площади, проследить за своевременностью и полнотой размещения рекламы, наконец, оценить эффективность проведенной рекламной кампании. Не так уж и мало? Лучше поручить все это специалистам.

Виды услуг, предоставляемые рекламным отделом компании Premium

- Медиапланирование;
- Медиабаинг (печатные СМИ, радио);
- Создание рекламных модулей;
- Создание рекламных текстов;
- Оценка эффективности рекламной кампании.

Клиентам нашей компании предоставляются значительные скидки на размещение рекламы во многих печатных средствах массовой информации. Здесь Вы можете ознакомиться с каталогом печатных СМИ, с которыми мы сотрудничаем. Каталог постоянно пополняется новыми изданиями.

Источник: <http://www.premium-group.ru/about.html>

☺. Прочитайте рекламное объявление помещенное на сайте <http://www.ewm.pl/newru> и скажите, кому и какие услуги в области рекламы оказывает фирма?

- размещение рекламного объявления российской фирмы на 3 отраслевых и 3 региональных сайтах Польши. Цена включает перевод на польский язык;
- выполнение Интернет-страницы Вашей фирмы на сайте www.ewm.pl на польском и русском языках, с прейскурантом, фотоматериалами и описанием товаров и изделий;
- предоставление по электронной почте информации от польских производителей об условиях поставки, стоимости товаров и услуг, машин или технологий, которые интересуют Вашу фирму. Предоставляем контактные данные, информацию с

описанием деятельности и характеристикой о 2-3 польских фирмах, отвечающих Вашим ожиданиям и требованиям;

- предоставление адресов электронной почты польских предприятий по заданной отрасли или региона Польши;
- размещение объявлений Вашей фирмы с предложением о сотрудничестве для польского инвестора на 3 отраслевых и 3 региональных сайтах Польши на польском языке;
- размещение объявления Вашей фирмы с торговым предложением на поставку или покупку для польского партнера на 3 отраслевых и 3 региональных сайтах Польши.

☺. *Вставьте пропущенные слова:*

Предприниматель использует такие факторы рекламы, как: сила убеждения языка, качество, визуальное изображения.

Рекламное должно быть кратким, актуальным и захватывающим. Запоминающиеся повышают эффективность рекламных мероприятий.

Рекламная печать в форме,, и журналов для покупателей должна дать объективную информацию.

Рекламные фотографии лучше в проспектах, так как их воздействие на покупателя намного сильнее, чем воздействие рисунка.

Витрина магазина – это эффективное средство рекламы розничной Внимание покупателя может привлечь качественно оформленный рекламный плакат. Наглядная, со вкусом оформленная декорация и эффективное показывают товар с лучшей стороны и могут служить импульсом к



ПОДСКАЗКА:

компоновка, проспект, освещение, шрифт, торговля, объявление, прейскурант, девиз, покупка, каталог, воздействие, помещать.

☺. *Запланируйте рекламное предприятие Вашего фирменного изделия. Учтите следующие элементы: круг распространения рекламных материалов, район распространения, продолжительность распространения и действия материалов и путь распространения.*

☺. *В чем новшества российского закона о рекламе?*

Дума снова рассмотрит закон о рекламе

В Госдуму в четверг была внесена принципиально новая редакция закона "О рекламе". По словам разработчиков, они вели постоянные консультации со многими экспертами, в том числе профессиональными рекламистами и Федеральной антимонопольной службой. В результате из документа исчез ряд ограничений. Так, вновь разрешается рекламировать спиртные напитки, но только в печати; на телевидение допускаются пивные спонсоры спортивных соревнований. Однако есть ряд новых ограничений: на лотереи, игровой бизнес и лекарства.

"Это абсурд, когда актеры и девушки модельной внешности в белых халатах начинают "впаривать", другого слова не найти, какую-то ерунду. И потребитель склонен этому доверять, потому как доверяет врачам", - считает заместитель председателя Госдумы по экономической политике, предпринимательству и туризму Владимир Мединский.

Разработчики новой редакции закона - группа депутатов под руководством первого заместителя руководителя фракции "Единая Россия" Юрия Волкова. Авторы считают, что закон призван установить четкие и понятные правила игры на рекламном рынке, устраняя некоторые положения, которые в старом законодательстве были доведены до абсурда.

По материалам: http://edinros35.ru/about_us/16-12-2004_smi.php

☺. *Составьте диалоги на основании данных:*

1. Елена Борисовна, директор магазина по продаже мебели, 45 лет – желает дать рекламу в еженедельник, цена рекламы не играет роли.

2. Анна Степановна, специалист по маркетингу, 30 лет – советует директору дать рекламу в областной ежедневник „Мир мебели”, где приемлемы цены, читатели газеты – специалисты. В рекламе можно поместить фотографии наборов мебели. Предварительные беседы с редакцией газеты проводила на прошлой неделе.

☺. *Прочитайте текст и объясните, в чем проявляется работа копирайтера?*

**ПОДСКАЗКА:****КОПИРАЙТЕР**

Специалист по авторским правам, рекламной деятельности, человек с творческой натурой, способный сочинять оригинальные тексты, музыкальные заставки и более крупные произведения разного стиля, характера и метража. Многие копирайтеры имеют опыт написания сценариев. Для работы в этой области желательно иметь журналистское или филологическое образование.

Обязанности копирайтера можно сравнить с обязанностями корреспондента к ним относится, например, написание статей рекламного характера. Также копирайтер участвует в разработке имиджа фирмы, включая название, слоган, рекламные материалы. Копирайтер должен ориентироваться в области авторских прав на музыкальные и литературные произведения.

Копирайтер создает эффективные рекламные слоганы и продающийся рекламный текст

Услуги копирайтера требуются если:

- Для Вашей новой фирмы необходимы рекламные слоганы и название
- На рынке много конкурентов, и для того чтобы отличаться от них, Вашему бизнесу требуются новые рекламные идеи
- Вы выпускаете товар и нужен продающий рекламный текст
- Конкуренты медленно, но верно отбирают долю рынка, клиентов, прибыль и нужны свежие рекламные идеи для Вашего бизнеса
- У Вас есть сайт и требуется текст для сайта
- У Вас выходит новый продукт, есть информационный повод или новость, и срочно понадобились пресс-релизы
- У Вас есть возможность опубликовать статьи (о себе или товаре), а писать их некому
- Вы написали рекламный текст, тексты для сайта, разработали слоганы - теперь требуется их оценка и корректировка
- Со всем этим я прекрасно справляюсь и готов предложить Вам услуги копирайтера.

В результате сотрудничества с копирайтером рекламный текст, тексты для сайта и рекламные слоганы выполняют свои функции: продают товары и услуги. Имидж компании улучшается, растет

число покупателей. Ваша фирма, благодаря тому что получила благозвучное название, эффектный рекламный слоган, оригинальный стиль выделяется на фоне конкурентов, запоминается клиентами.

Web-сайт выполняет свою прямую функцию - представляет фирму в интернете. Написанные тексты для сайта дают посетителям ясное представление об услугах. Интернет-магазин успешен и прибылен: название легко запомнить, рекламные слоганы обещают выгоду, а тексты для сайта понятны и информативны. Именно такими должны быть тексты для сайта.

Люди после прочтения рекламного текста горят желанием стать Вашими постоянными клиентами. Они оценили преимущества Вашего предложения и не смогут без него прожить. Вот какие "чудеса" должен творить рекламный текст и слоганы.

Название, рекламные слоганы, рекламный текст вместе со статьями создают и поддерживают понятный клиентам имидж. Четкий и отличный от конкурентов образ компании располагает Ваших партнеров к длительным отношениям. Образ компании - это нематериальный актив, который увеличивает число клиентов и доход.

Журналисты, благодаря пресс-релизам, получают и полную информацию о ситуации. В результате совершенно бесплатно и в выгодном свете Ваш товар освещают на страницах газет и журналов.

Увеличивается прибыль, растет число клиентов!

Услуги копирайтера: создавать рекламный текст и тексты для сайта, разрабатывать рекламные слоганы, предлагать идеи. Если такие услуги Вам требуются не часто, то копирайтер-фрилансер (вольное перо *англ.*) - это оптимальный выбор. Копирайтер-фрилансер не занимает место в Вашем офисе, не требует премию и медицинскую страховку. Он работает удаленно. Он получает деньги только за выполненную работу. Он дорожит своей репутацией и хорошо выполняет поставленные перед ним задачи. Он уже не сотрудник, а партнер, который иначе относится к Вашему бизнесу, потому что работает копирайтер фрилансер не за зарплату.

☺. *Определите этапы работы копирайтера по созданию текста рекламы:*

Что обычно делает копирайтер, если нет фактов? Он выбирает из головы самые шаблонные фразы и, обвесив их эпитетами, заполняет

пустое место на странице. Эти фразы звучат красиво, но ни черта не продают. Почему? Потому что продают только факты.

По любому существующему товару опубликованы мегабайты информации, которую можно собрать в качестве дополнительного материала. Обычно это:

- вырезки рекламных макетов
- брошюры
- каталоги
- перепечатки статей
- техническая документация
- расшифровки речей
- сценарии аудио- и видеороликов
- пресс-киты
- рекламные объявления конкурентов

Копирайтеру говорят, что информации нет, потому что товар новый? Это не так! Рождению любого товара предшествуют месяцы бумажной работы. Находкой для копирайтера могут быть:

- меморандумы
- внутренняя переписка
- спецификации продукта
- чертежи
- бизнес-планы
- отчеты
- предложения

После изучения этих материалов у копирайтера уже будет 80% всей необходимой для рекламного текста информации. Остальные 20% копирайтер получит, подняв телефонную трубку и задав несколько вопросов:

- В чем его отличия и выгоды? (Составить полный список)
- В чем главная выгода покупателя?
- Чем отличается от конкурирующих товаров? Если ничем не отличается, то какие характеристики или особенности еще не рекламировались конкурентами?
- Как применяется товар?
- Какие потребности рынка он удовлетворяет?
- Как он работает?
- Насколько он надежен?

- Эффективен ли?
- А может быть экономичен?
- Покупал ли уже кто-нибудь этот товар, и что эти люди сказали?
- Какие модели есть в продаже?
- Как часто он поступает в магазины?
- Есть ли пост-продажное обслуживание?
- Есть ли гарантия?
- Все, что надо спросить о покупателях:
- Кто будет покупать товар?
- Что заботит покупателя больше всего? (цена, рабочие характеристики, надежность, обслуживание и т.п.)
- Как можно охарактеризовать покупателей в общем?
- Какие у них мотивы?
- Какие мотивы покупать именно этот товар?

Чтобы побольше узнать о покупателях:

Почитайте журнал или газету, где будет публиковаться ваше объявление. Если вы пишете письмо для direct mail, полистайте базу будущих получателей. Целей может быть несколько и они могут быть следующими:

- стимулировать звонки
- стимулировать покупки
- ответить на вопросы покупателей
- покрыть целевую аудиторию
- оповещение о товаре
- повысить запоминаемость и узнаваемость марки
- создать имидж компании

Копирайтер не должен лениться изучать информацию о товаре. Зачем? Затем, что продают факты.

☺. *Переведите наименования сувенирной продукции:*

Сувенирная продукция:

1. текстильные товары:
 - бейсболки
 - зонты,
 - рубашки,
 - футболки.

-
2. рекламные товары:
 - брелоки,
 - калькуляторы,
 - зажигалки,
 - открывалки, пепельницы,
 - пакеты, ручки.
 3. представительские товары:
 - бумажники,
 - визитницы,
 - портфели,
 - сувениры из металла,
 - сумки,
 - часы,
 - чашки.

9. НАЧНЕМ ПЕРЕГОВОРЫ

☺. Познакомьтесь с некоторыми выражениями, используемыми в переговорах. Найдите их польские соответствия:

👉 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Для начала переговоров

Давайте начнем переговоры!

Давайте приступим к делу!

С чего мы начнем?

Что у Вас на сегодня на повестке дня?

Прежде всего нужно обсудить (что?) ...

Предлагаю начать с (чего?) ...

Мы внимательно изучили Ваш запрос и хотели бы (что?) ...

Я уполномочен обсудить (что?) ...

Мы должны решить два вопроса: ...

При обсуждении количества товара

Сколько (чего?) машин, руды Вы хотите купить?

Мы хотели бы закупить 20 машин.

Мы планируем закупить 500 тонн руды.

А как насчет остальных 40 штук?

При обсуждении условий поставки

Когда Вы можете поставить товар?

Какой срок поставки Вы могли бы предложить?

Когда нужен товар?

Не можете ли Вы сократить срок поставки?

Мы могли бы поставить (что?) ... в течение (какого срока?) ... с даты ...

Можем мы получить (что?) ... немедленно со склада?

Как будет производиться поставка?

Мы поставим товар (сколькими?) тремя партиями по (сколько?) 20 штук.

Каждая поставка через ровные промежутки времени.

При переходе на другую тему

И еще один вопрос: ...

Давайте перейдем к следующему вопросу.

Как насчет (чего?) ...

Между прочим ...

Да, кстати ...

Если Вы не возражаете ...

Для заполнения пауз неуверенности

Видите ли, ...

Дело в том, что ...

Действительно, ...

Фактически, ...

Я хочу сказать ...

Как это выразить?

Я не совсем уверен, как выразить это ...

Выражение собственной точки зрения

Я думаю (полагаю, считаю), что...

Я убежден, что...

По-моему...

По моему мнению...

На мой взгляд...

Мне кажется, что...

Ясно, что...

Я бы сказал, что...

Моя позиция (точка зрения) такая...

Я хотел бы сказать (заметить, отметить) следующее...

Хотелось бы высказать такую мысль...

Мне представляется (кажется, думается), что...

Я хочу сказать о том, что...

Мне хочется обратить Ваше внимание на...

Мне хотелось бы подчеркнуть, что...

Откровенно (честно) говоря...

Сказать правду, я...

☺. Составьте план переговоров с партнерами, которых Вы давно знаете. Учтите следующие советы:

Вы должны сами определить время и место встречи.

Удостоверьтесь, что Вы организуете встречу в месте, наиболее удобном для Вас и наименее удобном для другой стороны. Если же

все-таки организовываете встречу у себя в офисе, убедитесь, что помещение, помимо всего прочего, тоже может произвести впечатление. Если в Вашем офисе нельзя уединиться – арендуйте комнату.

Рассчитайте время, учтите Ваш собственный жизненный ритм. Если Вы по своей природе „жаворонок”, организуйте встречи пораньше, используйте свою утреннюю энергию. А если Вы „сова”, избегайте сидеть на утренних совещаниях с затуманенным взором – ведь днем Вы были бы гораздо работоспособнее.

Схема переговоров

1. Приветствие, введение в проблематику.
2. Цель переговоров, предложение о повестке дня.
3. Подробное изложение проблемы.
4. Ведение диалога.
5. Решение проблемы.
6. Завершение.

☺. *После окончания первого дня переговоров спросите у коллег, довольны ли они результатами переговоров? Договоритесь о встрече на следующий день, учитывая следующую информацию:*

Восприятие и использование времени является частью невербального общения и весьма существенно различаются в разных культурах. Например, общее собрание в африканских деревнях начинается только после того, как соберутся все жители. Если в США вы опаздываете на важную встречу, то это расценивается как отсутствие интереса к делу и оскорбление для партнера, а в Латинской Америке опоздать на 45 минут – обычное дело.

В нашей культуре допускается опоздание на 10-15 минут, но при этом оно должно сопровождаться извинениями, а напр. у североамериканских индейцев обычно опоздание на 40-60 минут и отсутствие каких-либо извинений.

Разные культуры используют формальные и неформальные виды времени. Неформальное время связано с неопределенным отсчетом: „через некоторое время”, „позже”, „во второй половине дня” и т.д. Формальное время, напротив, отсчитывается очень точно: „к двум часам”, „завтра в 15.30” и т.п.

☺. *Прочитайте запись фрагментов переговоров. Выделите реплики хозяев и реплики гостей. Скажите, в какой обстановке проходят переговоры.*

- Добрый день, господа! Мы рады снова встретиться с Вами.
- Добрый день, мы тоже рады встретиться с Вами.
- Время поистине летит. Кажется, только вчера мы побывали у Вас в Москве и в Санкт-Петербурге.
- Да. Я вспоминаю наш встречи с большим удовольствием.
- Я должен сказать, мы чувствуем себя здесь, как дома. В прошлый раз здесь было холодно и ветрено. А сегодня – жарко.
- Хотя, конечно, у природы нет плохой погоды.
- Господа, разрешите мне представить Вам г-на Ковальского, начальника отдела конъюнктуры цен, и г-на Новака, начальника отдела экспорта.
- Очень приятно познакомиться с Вами. Я много слышал о Вас.
- Нам тоже очень приятно.
- Мы уверены, наша сделка будет успешной.
- Прежде, чем приступить к делу, позвольте предложить Вам что-нибудь прохладительное: минеральная вода, пепси, фанта?
- Спасибо, что-то в этом роде не помешает нам.
- Минеральная вода, пожалуй, лучше всего.
- Хорошо. Ну, что же, я вижу, мы готовы начать переговоры.
- Совершенно верно. Мы внимательно изучили Ваш проект контракта и хотели бы приступить к завершающей стадии сделки.
- Я уполномочен заниматься технической стороной сделки.
- А я отвечаю за коммерческую сторону.
- Мы изучили Ваш рекламный материал с интересом.
- Обмен делегациями тоже был полезен.
- Ваша модель 4310 произвела на меня благоприятное впечатление. Она мне очень понравилась.
- Итак, господа, давайте обсудим все пункты проекта контракта, Ваши замечания и предложения, если таковы будут.
- Есть ли у Вас какие-либо вопросы по контракту?
- Давайте посмотрим его пункт за пунктом.
- Правильно. Недаром говорят: „Хорошее начало полдела откачало”.
- Важные вопросы могут быть включены в дополнение к контракту по взаимной договоренности.
- Согласны.
- Итак, первый пункт, „количество”...
- ...
- А как насчет остальных?

- Давайте обсудим этот вопрос после обеда, если Вы не возражаете?
- Господа, мы с Вами хорошо поработали и хотим пригласить Вас в ресторан „Нева”.
- Большое спасибо.
- Итак, господа, мы будем ждать Вас в гостинице в два часа. Хорошо?
- Прекрасно.

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Невербальное воздействие

1. Зрительный контакт – это один из самых важных видов человеческого общения. В наиболее важные моменты Вы не должны отводить взгляд. Когда слова имеют особое значение, зрительный контакт может усилить их воздействие.
2. Поза – сидя за столом, всегда старайтесь держать руки на столе. Если Вы положите руки на колени, то Вы не сможете их использовать для подчеркивания Вашего высказывания, а также не сможете вести записи.
3. Улыбка и кивание – это классическая позиция слушателя. Она поощряет другую сторону продолжать разговор, а также придает Вам вид заинтересованного слушателя.
4. Будьте как зеркало – очень тонкой техникой, помогающей установить связь с собеседниками, является копирование их жестов и выражений. Имитируя, старайтесь не оскорбить этим собеседника.

☺. *Начните второй день переговоров. Спросите Вашего партнера, как он провел вчерашний вечер и расскажите ему о планах на сегодня.*

Роль вопросов в переговорах

Вопрос:	Подходит для:	Не подходит для:
Открытые вопросы		
<i>Как мы можем помочь?</i>	Стимулирования обсуждения	Если Вам следует говорить более кон- кретно
<i>Какие у Вас основания для...?</i>	Получения большей информации	
Закрытые вопросы		
<i>Можете ли Вы доставить это к 17 числу? Вы это предложили? Договорились?</i>	Выяснения особых моментов. Получения общей информации	Прояснение ситу- ации

Зондирующие вопросы		
<i>Какие специальные способы проверки Вы используете для того, чтобы гарантировать качество? Почему Вы это говорите? Что же именно случилось в прошлый раз?</i>	Проверки полученной информации. Исследования личной информации.	Ограничения свободы другой стороны и принуждения их к представлению необходимой Вам информации.
Наводящие вопросы		
<i>Итак, с соответствием нашим стандартам качества проблем не будет? Эти цены будут держаться 12 месяцев, не так ли?</i>	Получения признания Ваших взглядов.	Получения информации о чувствах другой стороны.
Вопросы-размышления		
<i>Кажется, Вам не нравится это предложение? Кажется, это создает Вам проблему?</i>	Побудить оппонента продолжить обсуждение и глубже рассмотреть данную ситуацию.	Проверки фактов.

Это интересно!

Если хочешь поднять Свой статус в глазах посетителя...

1. Посетители должны сидеть на низком диване.
2. На столе должна стоять дорогая пепельница, до которой посетителю тянуться очень сложно.
3. На столе должно стоять несколько красивых папок с надписью „Совершенно секретно”.
4. За спиной владельца кабинета на стене должны висеть различные награды и дипломы, которые получил владелец.

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Во время переговоров помните:

1. Будьте вовремя – никогда не опаздывайте!
2. Хорошее, твердое рукопожатие.
3. Смотрите собеседнику в глаза.
4. Улыбайтесь.
5. Обращайтесь по имени.

6. Обменяйтесь визитками и изучите их с уважением.
7. Предусмотрите хорошую закуску и освежающие напитки.
8. Если Вы считаете, что переговоры развиваются не в Вашу пользу, Вы можете: сделать перерыв, уйти в туалет, предложить пообедать.
9. Если Вы придете на переговоры с ноутбуком, это может оказаться настоящим преимуществом. Ноутбук помогает Вам превзойти другую сторону, и, позволяет Вам в критические моменты эффективно „запустить программное обеспечение”, чтобы сделать передышку.

☺. *Вы начинаете переговоры. Запомните, какое поведение и жесты могут Вам расположить к Вам собеседника, а какие не помогут Вам привлечь их на вашу сторону. Переведите текст:*

Это надо знать!

<i>Postawa, gesty</i>	
<i>zachęcające</i>	<i>odpychające</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ odwrócenie się w stronę przybysza ▪ swobodne wyprostowanie sylwetki ▪ lekkie pochylenie głowy ▪ wyciągnięcie ręki lub obu rąk ▪ powstanie z miejsca ▪ podejście do osoby witanej 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nie zmieniona pozycja ciała ▪ agresywne wyprężenie ▪ schowanie głowy w ramiona, skulenie się ▪ odwrócenie głowy lub całkowite odwrócenie się od przybysza ▪ zaciśnięcie pięści ▪ lekceważące lub odpychające machnięcie ręką ▪ przeczące ruchy głową lub całkowite jej opuszczenie ▪ gwałtowne zajęcie się czymś innym ▪ odejście w przeciwnym kierunku, odwrócenie się, krok do tyłu

☺. *Прочитайте текст и скажите, о чем любят беседовать русские.*

Самый любимый предмет разговора – политика. Любого русского, в здравом он уме или не очень, расскажет вам, как все плохо на политическом фронте, и что бы он сделал, если бы стал президентом. Нет ни одного, у кого бы не было своих предложений, как спасти Россию от некомпетентных правителей, или детального плана экономического развития. Общей чертой всех этих планов является горячее желание повесить всех нынешних правителей на

фонарных столбах. В отличие от англичан русские не обладают искусством говорить о погоде на всем протяжении трансатлантического морского путешествия. Русские способны бесконечно рассуждать о чем угодно: о политике, о семейных делах, о здоровье младшей дочери вашего троюродного брата или о понятии Святой Троицы.

(В.Ж.)

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Это интересно и нужно знать!

Многие жесты культурно обусловлены. В разных культурах одни и те же жесты могут иметь совершенно разное значение, что зачастую создает много проблем в межкультурной коммуникации. Особенно разнообразным является жест приветствия, который в различных культурах может выражаться поклоном, поднятием бровей, кивком головы, ударом руки, поцелуем, объятием, слезами и т.д.

Для нас привычно при приветствии помахать рукой из стороны в сторону. Жители Бирмы, Монголии и Лапландии в качестве приветствия традиционно обнюхивают друг друга. Эскимосы приветствуют незнакомцев ударом кулака по голове или плечу.

В американской культуре применяется несколько жестов, когда есть желание поменять тему разговора, высказаться самому или закончить беседу: поменять позу; часто кивать головой; касаться обеими ногами пола. Эти тонкие намеки имеют, как правило, практический эффект и меняют характер общения.

Смех и улыбка во всех западных культурах ассоциируются с шуткой и радостью. В Японии смех является признаком смущения и неуверенности, поэтому иногда возникают ситуации непонимания, когда европеец сердится, а японский партнер, смущаясь, улыбается. Если европеец не знает такой особенности японской культуры, то его гнев увеличивается, так как он может подумать, что над ним смеются.

В процессе коммуникации визуальный контакт может обозначать начало разговора, в беседе он используется как знак внимания, поддержки или, напротив, прекращения общения, он также может указывать на окончание реплики или беседы в целом. В западных культурах „прямой взгляд” считается важным показателем в общении: если человек не смотрит на своего партнера, то окружающие принимают его за неискреннего, поскольку считают, что человеку, который не смотрит тебе в глаза, нельзя доверять. Черные американцы рассматривают опущенный взгляд как проявление уважения, а белые американцы расценивают как знак уважения и внимания прямой взгляд.

Процесс общения усиливается или ослабляется также с помощью прикосновений. Каждая культура вырабатывает свои правила прикосновения. Арабы, латиноамериканцы, народы Южной Европы касаются друг друга в процессе общения. Но прикосновения исключены при общении японцев, индийцев и пакистанцев. Латиноамериканцы полагают, что не касаться при беседе партнера означает вести себя холодно. Итальянцы убеждены, что так ведут себя недружелюбные люди. Японцы считают, что касаться собеседника человек может только при полной потере самоконтроля либо выражая недружелюбие или агрессивные намерения.

В Германии и США мужчины общаются на большем расстоянии и реже прикасаются друг к другу, чем в Италии. Итальянские мужчины стоят ближе друг к другу и прикасаются друг к другу значительно чаще, чем итальянские женщины. В азиатских культурах через прикосновение передаются, кроме прочего, чувства патронирования и превосходства, прикосновение к плечу или спине означает дружбу. В этой коммуникации есть и свои запреты – в азиатских культурах нельзя прикасаться к голове собеседника, что рассматривается как обида.

Атрибутом встречи и общения является рукопожатие. В коммуникации оно может быть очень информативным, особенно его интенсивность и продолжительность. У немцев, как и у всех европейцев, рукопожатие является неотъемлемой частью приветствия. Онижимают руки не только во время первого приветствия, но и по окончании разговора. У них предпочтительно крепкое рукопожатие. При встрече с партнерами из Азии не следует сжимать им ладонь слишком сильно и долго. А западноевропейцы и американцы терпеть не могут вялых рукопожатий.

☺. *Прочитайте, как относятся к бизнесу британцы, американцы и немцы и как они ведут себя во время переговоров. Попробуйте определить, что характерно для поляков и русских:*

	бизнес	переговоры
британцы	<p>Британцы, как правило, заинтересованы в долгосрочных взаимоотношениях, а не в кратковременных сделках.</p> <p>Для представителей британских компаний репутация, масштабы фирмы и ее капитал - весомые аргументы, козыри в переговорах. Что они не так охотно раскрывают, так это силу своих</p>	<p>Британцы чувствуют себя как дома в общении с другими англоязычными народами, и с ними они испытывают мало затруднений в установлении простых, но эффективных взаимоотношений. Они также чувствуют себя комфортно в отношениях со скандинавами, голландцами и японцами (когда знакомятся с ними).</p> <p>На деловых переговорах британцы сначала ведут себя несколько формально, обращаясь по имени только после первых двух-трех встреч, затем - очень неформально: снимают пиджак, закатывают рукава, обращаются по именам - и продолжают так вести себя и дальше.</p> <p>Юмор играет важную роль в деловых переговорах в Великобритании, и вам было бы разумно запастись шутками и анекдотами. Тот, кто знает много анекдотов, может в полной мере проявить свой талант. Британские бизнесмены могут использовать юмор (особенно иронию или сарказм) в качестве</p>

	<p>"закулисных" связей. "Школьные узы", или "сеть старых приятелей", - реальная сила в деловой жизни Британии. Особенно велика роль этой силы в Сити, в министерствах и в местных деловых кругах, поэтому сила может оказаться намного большей, чем это выглядит на первый взгляд.</p> <p>В некоторых странах нередко сделки совершаются по телефону. Британцы тоже способны подолгу обсуждать условия соглашения по телефону, но они почти всегда просят представить их потом в письменном виде. Они хранят в архиве толстые дела.</p> <p>Наконец, к вопросу о британской обособленности. Они, как правило, полагают, что иностранцы стремятся перехитрить их.</p>	<p>оружия для высмеивания оппонента, выражения несогласия или даже презрения. Юмор считается одним из наиболее эффективных средств в арсенале британского менеджера, и некоторые бизнесмены могут завоевывать доверие британцев, демонстрируя, что не хуже их владеют им.</p> <p>Британские бизнесмены стараются показать на переговорах, что они руководствуются благоразумием, компромиссом и здравым смыслом. Можно заметить, однако, что британцы даже в отсутствие разногласий редко принимают окончательное решение на первой встрече. Они не любят спешить. Британцы, более связанные традициями, предпочитают инстинкт логике, однако проявляют больше осторожности. В переговорах с ними следует предложить: "Не могли бы мы принять окончательное решение на нашей следующей встрече?"</p> <p>Британцы редко открыто выражают свое несогласие с предложениями противоположной стороны. Они по возможности всегда соглашаются, но ослабляют свое согласие. ("Хм, это очень интересная идея".)</p> <p>Используя обаяние, неопределенность и сдержанность в высказываниях, юмор и явное благоразумие, британцы могут смеяться на переговорах, но долго оставаться довольно жесткими. Они всегда занимают оборонительную позицию, которую скрывают как можно дольше. Вам следует постараться обнаружить ее признаки, проявляя такое же благоразумие, юмор, сдержанность и упорство. В конце концов вы можете увидеть, что это похоже на ваше собственное отступление в большинстве случаев. Область переговоров с британцами может быть довольно широкой (не забывайте, что они сотни лет сотрудничают с Индией, с Ближним и Дальним Востоком).</p>
американцы	<p>Американские бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире, тем не менее с ними во многих отношениях легче всего иметь дело. Это вызвано тем, что их философия проста. Их цель - заработать как можно больше и как можно быстрее, используя для достижения этой цели такие средства, как упорный труд, быстрота действий, приспособленчество и власть (в том числе и власть самих денег). В принятии деловых решений они, как</p>	<p>При встречах для американцев характерно следующее поведение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Они индивидуалисты, и им нравится действовать самостоятельно, не оглядываясь на начальство. Можно делать все, если это не запрещено. - Они сразу же начинают вести себя неформально - снимают пиджак, обращаются по имени, обсуждают личную жизнь (например, семью). - Они производят впечатление наивных людей, говоря обо всем только на английском и сразу же демонстрируя доверие посредством чрезвычайного дружелюбия. - Везде, где возможно, они прибегают к юмору, даже если их партнер не видит в этом ничего смешного или считает шутку неуместной. - С самого начала разговора они сразу "раскрывают свои карты". - Они идут на риск, но разрабатывают определенный (финансовый) план, которого будут придерживаться. <p>Большинство предложений они рассматривают по принципу "инвестиции / прибыль" или "инвестиции / временной масштаб".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Время для них всегда деньги - "перейдем к делу". - При первой же встрече они всегда стараются вытянуть из

	<p>правило, не руководствуются сентиментами и считают, что доллар если даже и не Бог, то, по крайней мере, всемогущ. Такое целенаправленное стремление американцев к получению прибыли часто воспринимается как безжалостное.</p> <p>Американцы не боятся брошенного им вызова или конкуренции, хотя и на них начинается сказываться напряжение. До 70-х гг. экономическое и политическое развитие США представляло собой историю бесспорного успеха. Другие страны переживали взлеты и падения, "вершины и долины", успехи и неудачи. Лишь Америка неуклонно продвигалась в своем развитии вперед и вверх. Но затем началась война во Вьетнаме, увеличился дефицит торгового баланса и замедлился экономический рост. Но даже несмотря на это, никто, будучи в здравом уме, не списывает американцев со счета. Конкурентам США в борьбе за господство и в XXI в. будет далеко до промышленной, коммерческой, финансовой и военной мощи Америки. Более серьезная проблема для американского народа состоит не столько в сохранении материального могущества, сколько в</p>	<p>ваше устное согласие, говоря: "Договорились?" Они хотят сразу "ударить по рукам".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Они хотят получить принципиальное согласие, а детали будут разрабатывать потом, однако могут быть очень жесткими в этих деталях и все проверяют, даже если это кажется очевидным. - Они не любят пауз или молчания во время переговоров, обычно быстро принимают решения (сразу берут быка за рога). - Они мобильны и быстро идут на риск. - Беспринципность и готовность рисковать часто обуславливают их стремление американцев урвать как можно больший кусок от "пирога бизнеса" (свою долю в деле), и если можно, то все 100%. - Они часто нетерпеливы и, теряя терпение, высказывают провокационные или раздражающие других вещи ("Взгляните на наше грандиозное предложение") для того, чтобы сдвинуть дело с места. - Они настойчивы. Всегда ищут решение. Зайдя в тупик, они будут перебирать всевозможные пути выхода из него. Они последовательны. - Они грубоваты и, когда не согласны, прямо говорят об этом., часто демонстрируют в качестве аргумента грубую силу, например свою финансовую мощь или неприступную позицию. - Они без колебаний воспользуются правом решающего голоса, если имеют его, и не будут тратить слишком много времени на то, чтобы добиться консенсуса. Они готовы устранить всякого, кто стоит на их пути. - Они относятся к переговорам как к процессу решения проблемы путем взаимных уступок с учетом соотношения сил. Они не любят, когда противоположная сторона предлагает только один вариант решения. - Многие американцы считают США самой преуспевающей экономической и демократической системой, поэтому полагают, что американские нормы единственно верные. Это приводит к отсутствию интереса к другой культуре или к недостаточному знанию ее. - Американцы говорят быстро, и если они говорят на английском, то при этом могут возникать определенные ловушки. При переговорах надо обращать внимание на "мелкий шрифт", так как за внешней открытостью и доверием к другой стороне обычно кроется жесткий юридический контроль за контрактом, и они незамедлительно подадут на вас в суд, если нарушен хоть один пункт договора, под которым стоит ваша подпись. Кроме того, американские законы довольно сильно отличаются от законодательных систем многих стран. - Дружелюбное отношение со стороны американцев ничего не значит, хотя и приятно, когда оно сохраняется. Они забудут ваше имя уже через день после заключения сделки. У вас есть дополнительные преимущества. Вы знаете намного больше об американцах и их стране, чем они знают о вас и о вашей стране. Многие американцы полагают, что Финляндия находится в Канаде, и путают народ саами с эскимосами. Вы можете без труда проникнуть в их культурный мир, так как видели американские фильмы, читали американские книги и журналы. Вы говорите на их языке и, значит, можете постичь процесс их мышления. Они обнаружат, что многие европейцы хоть и выглядят обезоруживающе, но в
--	--	---

	<p>достижении внутренней гармонии.</p>	<p>то же время обладают более глубокими знаниями.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Американцы ведут себя жестко и ловко, но бывают наивны. - Наконец, ведя переговоры с американцами, нужно иметь в своей команде кого-нибудь, кто хорошо знает их страну. Этот принцип применим в работе с людьми любой другой национальности, но есть много европейцев, которые хотя бы несколько лет провели в США, и таких "экспертов" всегда можно найти.
<p>немцы</p>	<p>Немцы питают огромное уважение к имуществу и собственности. Солидным зданиям, мебели, автомобилям и хорошей одежде они придают большое значение и будут стараться произвести на вас впечатление всеми этими вещами. Вы должны признать их великолепие и не бояться продемонстрировать им солидность свою и своих служб и т. д. Немцы надеются, что вы так же солидны, как и они.</p> <p>Немецкие компании - это традиционные, малоподвижные организации, обремененные руководствами, системами и иерархическими ступенями, и многие европейцы и американцы считают их излишне жесткими и старомодными. Иерархия обязательна, что часто приводит к чрезмерной почтительности перед непосредственным</p>	<p>Немцы обладают собственным, особым стилем проведения встреч и переговоров, и вы можете обнаружить, что процедуры переговоров с крупными немецкими компаниями намного более формализованы, чем в вашей стране. В общем на встречах с немцами следует применять несколько более формальный подход и обращать внимание на следующие их особенности, на которые нужно реагировать соответствующим образом.</p> <p>Немцы дисциплинированы и приходят на встречу хорошо одетыми. От вас требуется то же самое.</p> <p>Они следят за соблюдением иерархии при рассаживании и за очередностью выступлений.</p> <p>Они хорошо информированы о том, что касается дела, и ждут от вас того же.</p> <p>Они приводят логические, зачастую тяжеловесные аргументы в доказательство своей правоты.</p> <p>Они часто продумывают ваши возможные контраргументы и готовы перейти к запасному варианту наступления.</p> <p>Они нелегко отказываются от своих доводов или аргументов, но стремятся к поиску общей платформы. Часто это лучший способ добиться прогресса. "Лобовое столкновение" с крупной немецкой компанией редко приводит к успеху.</p> <p>Они убеждены в том, что действуют более основательно, чем остальные, и нелегко изменяют свою позицию.</p> <p>Они "сегментируют" свои аргументы - каждый член переговоров выступает по своей специальности. Они ждут с вашей стороны того же самого.</p> <p>Они не вмешиваются в замечания своих коллег и в целом демонстрируют хорошую командную работу. Однако они спорят между собой в частной беседе между заседаниями. Так как они не разговаривают с каменным лицом (как японцы) или притворной миной (как французы), то часто можно обнаружить расхождение во мнениях между ними по выражению их лиц или по их телодвижениям.</p> <p>Подобно японцам, они любят возвращаться к деталям снова, поскольку стараются исключить возможность разногласий в дальнейшем. Вам следует проявить терпение.</p> <p>Они не любят, когда их торопят.</p> <p>Они рассчитывают на принятие решения в рамках встреч (в</p>

	<p>начальником и высшим руководством.</p> <p>Немецкий босс - исключительно обособленная личность, обычно сидящая в большом офисе за закрытой дверью. Американские и скандинавские руководители старшего звена предпочитают поддерживаться политикой открытых дверей, любят побродить по коридорам и поболтать со своими коллегами. Такая горизонтальная коммуникация контрастирует с немецкой вертикальной системой, где инструкции спускаются только ближайшим, непосредственным подчиненным и хранятся строго в стенах данного отдела.</p> <p>Немцы уделяют много внимания печатным изданиям. На немцев не производят впечатления яркая телевизионная реклама, ловкие лозунги или художественные иллюстрации. Их газеты изобилуют фактическими подробностями, дающими максимум информации в рамках отведенной площади. Брошюры, предназначенные для немецкого рынка, должны быть</p>	<p>отличие от японцев или французов), но всегда соблюдают осторожность.</p> <p>Они, как правило, выполняют то, о чем договорились на словах.</p> <p>Если вы продаете им что-нибудь, они будут настойчиво спрашивать вас о том, что составляет сильную сторону немецких товаров, например о качестве товаров, датах поставки и конкурентной цене. Будьте готовы к этому.</p> <p>Они ожидают в итоге договориться об очень хорошей (самой низкой) цене для себя. Они могут предложить вам небольшой "испытательный срок" для проверки бизнеса на данном уровне цен. Воспользуйтесь им - это приведет к развитию вашего бизнеса в дальнейшем, если результаты проверки удовлетворят их.</p> <p>Они будут настойчиво искать недостатки в ваших товарах или услугах и открыто (и даже энергично) критиковать вас за то, что вы не выполнили свои обязательства. Будьте готовы к тому, чтобы извиниться за допущенные в чем-то просчеты. Они любят, когда перед ними извиняются, от этого они чувствуют себя лучше. Вам это тоже пригодится.</p> <p>Они сами могут быть очень чувствительными к критике в свой адрес, поэтому вы должны делать по возможности все, чтобы не смутить их, даже непреднамеренно.</p> <p>Обращайтесь к ним только по фамилии и демонстрируйте уважение к их званиям. В Германии много докторов наук.</p> <p>Не прибегайте к юмору или шуткам во время деловых встреч. Немцы не американцы, они не любят вести себя несерьезно. Бизнес - серьезное дело. Рассказывайте им смешные анекдоты за кружкой пива. Вы обнаружите, что многие их анекдоты несмешны или тяжеловесны. Постарайтесь рассмеяться.</p> <p>Они тщательно записывают все свои замечания и на следующий день приходят хорошо подготовленными к встрече. Вам разумно поступать таким же образом.</p> <p>Немцы, как правило, обладают хорошими способностями к языкам (особенно к английскому и французскому), но часто страдают от незнания иностранных культур (они могут знать намного меньше о вашей стране, чем вы думаете). Они любят говорить на немецком где только это возможно.</p> <p>Они, как правило, убеждены, что немцы - самые честные, надежные и искренние люди в мире, и остаются такими в деловых переговорах.</p>
--	--	---

	<p>подробными и содержать серьезную фактическую информацию и заявления, которые впоследствии могут быть полностью подтверждены. Не имеет значения, насколько длинной или скучной будет ваша брошюра, - немцы прочитают ее. Они ждут также того, что ваш товар в точности будет соответствовать приложенному к нему описанию.</p>	
поляки		
русские		

По материалам: <http://peoples.i2x2.ru/index.phtml>

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Вступая в деловой спор, полезно запомнить, что следует:

Отказаться от мысли, что Вам поверят на слово.

Четко сформулировать то положение, которое предстоит защищать или отвергать.

Хорошо представить себе и осознать цель, ради которой вступили в спор.

Маленькие хитрости

Высота спинки стула повышает статус человека. Чем выше спинка, тем большей властью обладает человек, и тем выше его статус.

Вращающиеся стулья придают человеку большую власть.

Стулья на колесиках позволяют обладателю стула иметь некоторую свободу движения, когда он находится в затруднительных обстоятельствах.

Кресла с ручками, в которых можно откидываться, лучше по сравнению со стульями, у которых нет таких преимуществ. Если стул посетителя помещается весьма далеко от стола начальника, это понижает статус посетителя.

☺. Прочитайте статью и коротко объясните, что самое важное в процессе ведения переговоров:

Как вести деловые переговоры?

Ведение переговоров - это, скорее, не искусство, а наука. Люди, которые учатся ей методом проб и ошибок, рискуют провалить даже самые надежные переговоры. В то время как успешный переговорщик похож на режиссера - в его сценарии есть завязка, кульминация и развязка

Переговоры начинаются задолго до встречи и обсуждения взаимных позиций участвующих в них сторон. Если подготовиться квалифицированно, то можно вести переговоры с позиции силы. "Как говорится, кто владеет информацией, тот владеет миром, - отмечает начальник отдела по связям с общественностью компании "Союз-Виктан" Сергей Блажко. - Половина успеха на переговорах зависит от уровня вашего владения вопросом. Доскональное знание темы придает уверенности в себе и позволяет отстаивать свои интересы".

По словам Сергея Блажко, также важно знать, что представляет собой ваш собеседник: какой у него характер, поведенческий стиль. "Как правило, люди с которыми я решаю деловые вопросы, имеют некий информационный шлейф за собой - реализованные проекты, репутацию в деловых кругах. Считаю очень полезным заранее узнать все о человеке, с которым тебе предстоит вступать в серьезный переговорный процесс", - подчеркивает Сергей Блажко.

Региональный управляющий Международного автомобильного холдинга "Атлант-М" в Украине Сергей Савицкий при подготовке к переговорам всегда четко фокусирует свои цели и изучает позицию второй стороны. "Стараюсь узнать цели или хотя бы намерения партнера, - делится он. - Далее составляю план - от исходной информации, через намерения сторон к возможным сценариям и обоюдному достижению целей переговоров".

Также, по словам начальника отдела персонала компании "АГРОМАРС" Оксаны Яковлевой, важно заблаговременно подготовить ответы на вопросы, которые вероятнее всего могут возникнуть в ходе переговоров. Как говорится, вооружен тот, кто предупреден.

По словам Сергея Блажко, необходимо четко понимать свою позицию и знать, что ее разделяют все присутствующие на встрече сотрудники вашей компании. Полезно собраться командой заранее и согласовать еще раз общую позицию и роль каждого участника на переговорах. Стоит определить возможные ситуации, в которых можно пойти на компромисс. Еще более важно - обговорить заранее случаи, в которых нужно остаться непреклонными или вообще прекратить переговоры. Нужно просчитать и возможные сценарии поведения противоположной стороны. Особенно это важно при ожидании жестких переговоров.

И последнее - на переговоры надо идти только хорошо выспавшись.

Источник: *Евгения ЗАМУРУЕВА, "ИнвестГазета", N 22, 31 мая - 6 июня 2005*

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Этапы переговоров

Можно выделить шесть основных этапов ведения переговоров. Первый - приветствие и обмен любезностями. Второй - ознакомительное вступление (что хотим, что предлагаем и т. п.). Третий - возражения, вопросы, поправки, уточнения. Четвертый - подведение итогов, уточнение сроков. На пятом оговаривается время и условия следующей встречи. И, наконец, шестой - обмен любезностями и прощание.

По словам Сергея Савицкого, для установления контакта иногда надо пошутить, что-то вспомнить, сделать комплимент или что-то подарить, а порой стоит и извинения принести. "Это важный момент, особенно, когда встречаешься с человеком впервые, - отмечает региональный управляющий "Атлант-М" в Украине. - По тому, как человек себя ведет в эти первые минуты, можно понять, как он настроен, какие у него цели, с чем он хочет выйти из кабинета. За это время можно успеть отредактировать тактику".

А завершать переговоры, по словам руководителя Тренинг-Центра Golden Staff Анны Могильник, лучше откровенно высказав свое отношение и к результату, и к процессу, и друг к другу. Обязательно нужно оставить немного времени в финале, чтобы обсудить перспективы дальнейшего сотрудничества, какими бы туманными они не казались. Лучший результат переговоров - когда кроме соглашения есть ясность о продолжении общего бизнеса.

Рассадка за столом

На этот счет есть масса умных книг, которые впрочем, не заменят жизненного опыта. "Работаю с точностью до наоборот, - делится опытом Оксана Яковлева. - Мне неудобно сидеть по диагонали и наискосок. Если собеседник не настаивает,

сажусь буквально напротив, но не ближе чем в двух-трех метрах от него. Если на встрече несколько человек - сажусь скраю".

В любом переговорном процессе важно ощущение команды, чувство локтя, считает начальник отдела по связям с общественностью "Союз-Виктана". Поэтому лучше сесть рядом единой цепочкой. Если же команду попытаются рассадить по разным местам - ею манипулируют.

"Вашему спикеру важно занять самое выгодное место, чтобы его видели и слышали все участники переговоров, - советует Сергей Блажко. - Если есть возможность посадить наиболее активного оппонента подальше от центра дискуссии - сделайте это непременно. Если сложный оппонент сел в центре стола, постарайтесь его нейтрализовать - посадите напротив лидера своей команды или обаятельную соотрудицу".

Стратегия и тактика

Моделей ведения переговоров огромное множество. Главное в данном случае, по мнению Оксаны Яковлевой, ориентироваться по ситуации. Иногда надо действовать из соображений "не навреди", а порой надо занимать позицию убеждения. "Стиль зависит от целей, - говорит Сергей Блажко. - Бывает приходится жестко держать выбранную линию поведения и не поступаться ни на йоту. Вот только агрессивные модели, в которых одна сторона пытается превалировать над другой, не всегда работают".

Более эффективным Сергей Блажко считает "бой самураев", когда на переговорах сталкиваются два равных по силам воина. У каждого свои интересы, своя цель, и каждый хочет победить. Но при этом они уважают друг друга. Даже в ситуациях, когда партнеры жестко отстаивают интересы своей компании, ведут себя корректно. В итоге у оппонентов остается ощущение, что, мол, сделали все, что могли, просто им это не подходит.

"У меня есть свои принципы, которыми я руководствуюсь при разговоре, - делится Сергей Савицкий. - Прежде всего, переговоры должны быть выгодны обеим сторонам. При беседе я не "наезжаю", не ссорюсь, как бы категорично не расходились взгляды. Я как кот Леопольд выступаю за дружное сосуществование".

Что касается тактических приемов, можно использовать классических героев - "плохой полицейский" и "хороший полицейский". "Особенно это важно при сложных переговорах, - отмечает Сергей Блажко. - Весь негатив, например, вкладывается в уста одного участника. Тогда, в целом мнение о компании не меняется в негативную сторону. Иногда полезно ввести позитивного персонажа, который сглаживает конфликты и успокаивает присутствующих".

Техника убеждения

Это один из самых важных элементов переговоров. "Очень эффективно указать оппоненту на его персональную выгоду, особенно с помощью цифр, - советует начальник отдела по связям с общественностью "Союз-Виктан". - Иногда полезно пойти от противного - показать катастрофические последствия, которые

происойдут в случае провала переговоров. Порой можно играть на эмоциях оппонентов".

Вместе с тем об универсальных приемах говорить сложно. "У меня очень большой и разноплановый опыт ведения переговоров, - рассказывает Сергей Савицкий. - Ведь "Атлант-М" начинался в 90-е годы, когда даже протокольной культуры не было, не говоря о технике проведения переговоров. Нам очень повезло, что со старта мы работали с заводом VW - нам ничего не оставалось, как поднять свою планку ведения переговоров до их уровня. Это была непростая, но эффективная школа. Мы и дальше многому учились - и НЛП, и другим техникам коммуникации". Сейчас в холдинге продолжают реализовывать программы по обучению. Однако, по мнению Сергея Савицкого, дает колоссальное преимущество. Никакие тренинги, даже с погружением, не заменят практики общения с людьми, с их характерами, культурами и ценностями.

"У нас часто смешиваются термины "согласие" и "понимание", - рассказывает Анна Могильник. - Во время деловых встреч собеседники подчас считают, что добиваются быстрой победы, услышав "я согласен". Однако зачастую позже оказывается, что эти слова означают всего лишь "я понял". Сейчас бизнесмены начинают использовать другую формулировку: "я вас услышал". Хотя это искусственная конструкция для нашего языка, она становится все более популярной, потому что выражает различие между согласием и пониманием".

Работа с возражениями

Нередко сопровождает переговоры. "Разные точки зрения - это благо, которое помогает выявить глубину проблемы, это разведка боем - полагает Сергей Савицкий. - Ведь часто за возражениями кроются не только намерения, но и отношение к ним, истинная цель, которая не видна при протокольном разговоре. А если у переговорщиков есть обоюдывгодные цели, то возражения помогают пролить на них свет".

Как же от возражений, а тем более конфликтов перейти к сотрудничеству? "Сделать вид, что уступаешь, - советует Оксана Яковлева. - Не надо принимать правила игры такого партнера. Лучше сделать паузу и договориться о повторной встрече. Пусть "выпустит пар". Улягутся страсти, остынут эмоции, здравый смысл возьмет свое".

"Помните детектива из одноименного телесериала, который может распутать самое сложное дело, разыгрывая из себя простачка? Люди сдают свои оборонительные позиции перед теми, кому не дано понять даже самых элементарных вещей, - рассказывает руководитель Тренинг-Центра Golden Staff. - Вы можете, к примеру, сказать: "Я совсем запутался. Не могли бы вы мне объяснить, почему вы так думаете?" или "Что заставляет вас думать таким образом?"

А Сергей Савицкий поделился оригинальным приемом. "Как-то мы обсуждали тему во время того, как деструктивный элемент обедал. Он пришел сытым, а проблема уже нами была решена". В случае особой несговорчивости партнера Анна Могильник предлагает попробовать воспользоваться методом "скрепок". В определенный момент разговора нужно попросить собеседника подать вам какой-

нибудь мелкий предмет, вроде ручки или скрепки. Когда он даст вам то, что вы попросили, поблагодарите его за помощь. Прodelайте это несколько раз. Обычно, после того, как партнер оказывает вам такую небольшую услугу в третий раз, он смягчается и становится более открытым для взаимопонимания, а значит, возможность достижения компромисса увеличивается.

Говорящие жесты

Главное правило здесь - мимика, жесты и позы убеждающего должны подкреплять его слова. "Обычно все эмоции человека у него на лице. Настоящих "разведчиков" в нашем бизнесе очень мало, - рассказывает начальник отдела по связям с общественностью "Союз-Виктан". - Поэтому практически всегда по невербальным сигналам можно понять эмоциональное состояние собеседника".

По словам Сергея Блакко, когда оппонент прикрывает рот рукой, или трогает мочку уха, есть вероятность, что он откровенно врет. Важно следить и за пальцами. В моменты эмоционального напряжения, человек постукивает ими по столу или старается что-то взять в руки.

А закрытые жесты (скрещенные руки, вогнутые плечи) говорят о том, что ваш оппонент чувствует себя неуютно.

Девять правил убеждения

Правила	Пояснения
Правило Гомера	Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильные - средние - один самый сильный. Один и тот же аргумент для разных людей может быть и сильным, и слабым. Поэтому сила аргументов должна определяться с точки зрения собеседника
Правило Сократа	Для получения положительного решения по важному вопросу поставьте его на третье место, предпоставив ему два простых для собеседника вопроса, на которые он без затруднения ответит вам "да"
Убедительность зависит от имиджа и статуса убеждающего	Этим правилом пользуются те, кто просит уважаемого человека "замолвить за себя словечко". Или ссылаются на мнение уважаемого человека, цитирует его в подтверждение своих доводов. Например, используя это правило, создатели рекламных роликов про лекарства привлекают врачей
Не принижайте статус	Любое проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику вызывает негативную реакцию. Один из мэтров рекламы выразился так: "Не думайте, что потребитель рекламы глупее вас"
Создайте приятное впечатление	К аргументам приятного нам собеседника мы относимся снисходительно, а к аргументам неприятного - с предубеждением. Приятное впечатление, как известно, создается

	многими обстоятельствами: внешним видом, уважительным отношением, грамотной речью, приятными манерами
Добейтесь согласия	Желая переубедить, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чем собеседник согласится с вами
Вызовите положительные эмоции	Предлагаемая вами возможность удовлетворить какую-то из потребностей человека является сильным аргументом, так как вызовет положительные эмоции. Покажите, что предлагаемое вами удовлетворит какую-то из потребностей слушателя
Проявите эмпатию (способность понять эмоц. состояние собеседника)	Не проявив эмпатии, невозможно выполнить правило первое Гомера. Действительно, силу аргументов мы должны оценивать с точки зрения собеседника, то есть мы должны поставить себя на его место

По материалам: <http://www.iatp.by/handouts/communication/persuade.shtml>

☺. *Переведите текст на русский язык:*

15 wskazówek jak negocjować wynagrodzenie z przyszłym pracodawcą

1. Negocjacje z pracodawcą zaczynasz od przygotowań, czyli zanim zaczniesz rozmawiać o pieniądzach powinieneś wiedzieć:
 - jaka jest średnia wysokość wynagrodzenia na podobnym stanowisku w firmach w danym rejonie,
 - jaki jest zakres wynagrodzeń w danej firmie oraz jaka była pensja osoby zatrudnionej wcześniej na tym stanowisku,
 - jakie są Twoje własne potrzeby i wymagania i jak to się ma do dwóch wcześniejszych podpunktów.
2. O ile to możliwe opóźniaj dyskusje na temat Twojego wynagrodzenia do momentu, kiedy pojawi się oferta pracy dla Ciebie.
3. Staraj się, aby zatrudniający wymienili ofertę pierwsi - da Ci to lepszą pozycję przetargową.
4. Musisz wiedzieć, jaka jest Twoja wartość i w jaki sposób Twoja osoba przysłuży się firmie. Ważne jest, aby zatrudniający Ciebie był świadom tej wartości.
5. Spraw, żeby pracodawca był entuzjastycznie nastawiony do Twojej kandydatury - będzie Ci wtedy łatwiej z nim negocjować.
6. Pamiętaj, że w skład Twojego wynagrodzenia mogą wchodzić takie elementy jak: dodatkowy pakiet socjalny, samochód służbowy, plan podwyżek itp. One też mają swoją cenę.

7. Negocjacje muszą być wygrane przez obie strony - jeśli nie są, to obie strony przegrywają w ostatecznym rozrachunku.
8. Bądź elastyczny - nie zatrzymuj się przy błahych sprawach, zawsze szukaj kompromisu.
9. Staraj się przewidzieć trudne pytania i przygotuj sobie wcześniej odpowiedzi.
10. Nie obawiaj się, że przez negocjacje korzystnych warunków stracisz ofertę, większość pracodawców oczekuje negocjacji, jeśli robisz to w sposób rozsądny i uzasadniony.
11. Nie trać nad sobą kontroli.
12. To, czego nie uda Ci się wynegocjować na początku, jest bardzo trudne do odzyskania później, dlatego warto się dobrze przygotować do rozmowy.
13. Upewnij się, że ustalenia z negocjacji zostały zawarte w Twojej umowie o pracę.
14. Nie krępuj się poprosić o dzień lub dwa do namysłu.
15. Zakończ negocjacje na przyjacielskiej i pogodnej stopie.

Источник:

http://www.abcpraca.pl/index.php?view=1&art_id=176&pid=60&ret_id=20

10. ОБСУДИМ УСЛОВИЯ ПЛАТЕЖА

☺. *Познакомьтесь с некоторыми выражениями, используемыми при обсуждении условий платежа:*

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Обсуждение условий платежа

1. *Мы попросили бы Вас увеличить аванс до 50%.*
2. *Аванс в 10% совершенно недостаточен.*
3. *Вы должны открыть аккредитив в банке на сумму ...*
4. *Мы откроем аккредитив, как только получим уведомление о том, что товар готов к отгрузке.*
5. *Мы просили бы Вас продлить срок действия аккредитива.*
6. *Какую схему платежей Вы предлагаете?*
7. *Мы предлагаем следующую форму платежа: предоплата - 50%, 90% - в форме инкассо в течение 14 дней с даты получения товара.*

☺. *Сформулируйте вопрос о форме платежа. Ваш клиент выбрал форму аккредитива. Объясните ему, что это невыгодно для Вас, предложите свою форму оплаты.*

Запомните конструкцию:

Платёж производится

через банк
посредством инкассо
в форме аккредитива

☺. *Прочитайте запись фрагментов переговоров. Разделите его на этикетную и деловую части.*

- *Доброе утро, господа! Сегодня отличный день, не так ли?*
- *Просто великолепный! И чуть прохладней, чем вчера.*
- *Вот и хорошо! А как Вы провели вчерашний вечер?*
- *Отлично! Я сыграл несколько партий на бильярде.*
- *А я пошел на дискотеку.*
- *А мы провели весь вечер у телевизора. У Вас хороший подбор видеофильмов.*

- Какие же фильмы Вы предпочитаете?
- Мне все по вкусу, лишь бы захватывающий сюжет: приключенческие фильмы, детективы, фантастика.
- Давайте возобновим обсуждение, господа. Минеральная вода, кофе? Угощайтесь, пожалуйста!
- Спасибо. Насколько я помню, прежде чем перейти к вопросу номер один, т.е. к цене, нам необходимо обсудить условия платежа.
- Совершенно верно.
- Я полагаю, лучше высказаться нашему финансисту. Петр, Вам слово!
- Дело в том, что разные контракты имеют разные условия платежа в зависимости от типа товара, фирмы, с которой мы заключаем сделку. Поэтому нам и надо будет составить дополнение к контракту.
- Что Вы предлагаете в этом конкретном случае?
- Я бы предложил следующее, прежде всего мы хотели бы, чтобы Вы заплатили аванс за первую партию товара.
- Авансовый платеж за первую партию? Как я думаю, это составит 10% от общей стоимости контракта. Правильно?
- Да. В принципе 10% авансовый платеж – наша обычная практика.
- Мы дадим Вам письмо-гарантию нашего банка о том, что авансовый платеж будет возмещен, если мы не сможем поставить товар.
- Это письмо-гарантия будет считаться неотъемлемой частью контракта в виде приложения к нему.
- Хорошо. А как насчет остальной суммы?
- Остальные 90% будет выплачиваться по безотзывному подтверждению и делимому аккредитиву.
- Какой банк Вас обслуживает?
- „Петровский”.
- Как правило, покупатель открывает аккредитив в нашу пользу в банке в течение 30 дней с даты подписания контракта.
- Как долго этот аккредитив считается действительным?
- 6 месяцев.
- Итак, я понимаю, что поставка последней партии, о которой мы говорили раньше, будет произведена в течение срока действия аккредитива?
- Абсолютно верно.

- И еще одна вещь. Платеж производится в долларах США против отгрузочных документов.
- Какие отгрузочные документы имеются в виду?
- Прежде всего полный комплект чистых бортовых коносаментов. Затем 5 экземпляров счета-фактуры продавца, сертификат качества и страховой полис.
- Мы предлагаем это отгрузочные документы в банк, когда товар будет уже погружен на борт судна.
- В открытом аккредитиве никаких изменений не должно производиться без нашего согласия.
- Вполне справедливо.
- Господа, мы много поработали и думаю, заслуживаем хороший отдых. Я хотел бы пригласить Вас пообедать в ресторан и затем совершить небольшую экскурсию по городу.
- Мы с радостью принимаем Ваше приглашение.
- Надеюсь, Вам понравится обед. Ну что, пошли?
- Отлично. Мы готовы.

Это интересно!

Если Вы хотите выработать деловые качества...

Двенадцать правил, соблюдение которых позволяет склонить людей к Вашей точке зрения:

1. Единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него.
2. Проявляйте уважение к мнению Вашего собеседника. Никогда не говорите человеку, что он не прав.
3. Если Вы не правы, признайте это быстро и решительно.
4. С самого начала придерживайтесь дружелюбного тона.
5. Заставьте собеседника сразу же ответить Вам „да”.
6. Пусть большую часть времени говорит Ваш собеседник.
7. Пусть Ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему.
8. Искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения Вашего собеседника.
9. Отклонитесь сочувствию к мыслям и желаниям других.
10. Взывайте к более благородным мотивам.
11. Драматизируйте Свои идеи, подавайте это эффективно.
12. Бросайте вызов, задевайте за живое.

☺. Придумайте диалог, в котором Ваш партнер не согласен с условиями платежа. Используйте приемы, данные выше, заставьте его согласиться.



Атрибуты нового русского: Малиновое кашемировое пальто, 600-мерс, сотовый телефон.

Атрибуты нового чукчи: Малиновые нарты и 600 собачек в упряжке.

Атрибуты нового хохла: Малиновые шаровары, 600-тонный саловоз и галстук на чубе от Кристиана Диора.

☺. *Проведите диалог по данной программе: А – Выразите желание оплатить стоимость товара, указанного в контракте в форме аккредитива; Б – Скажите, что такая форма неприемлема для Вас и предложите Свою форму платежа.*

☺. *Переведите на русский язык выделенные слова и выражения:*

1. (Płatność za towar, dostarczony zgodnie z niniejszym Kontraktem) производится в Евро по аккредитиву против предоставления в банк Продавца (duplikatu kolejowego listu przewozowego i certyfikatu jakości towaru).
2. (Akredytywa będzie otwarta przez Kupującego) в банке „Коммерческий” на сумму 20 000 Евро (w ciągu 8 dni) после получения от Продавца извещения о готовности товара к отгрузке.
3. (Rozliczenie za towar, dostarczony na podstawie niniejszego Kontraktu) будет произведен (w drodze inkasa) против предоставления Продавцом в банк документов.
4. (Płatność – gotówką w dolarach USA) после получения товара.

Это интересно!

Независимо от того, обедаете ли Вы в ресторане, или принимаете собеседника у себя дома, усадите его спиной к стене. Исследования показывают, что дыхание, пульс и кровяное давление быстро увеличиваются, когда человек сидит спиной к открытому пространству.

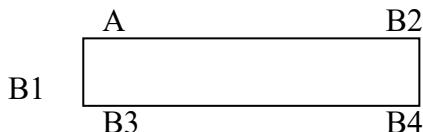
Напряжение также увеличивается, если человек сидит спиной к открытому окну или к открытой двери.

Свет должен быть притушен и должна играть ненавязчивая фоновая музыка. Многие рестораны имеют камин около входа. Очень хорошо использовать круглый столик и желательно как бы отделить других людей от Вашего собеседника ширмой или каким-либо зеленым растением.

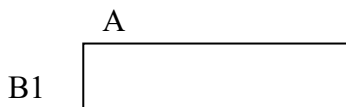
☺. Вы хотите, чтобы Ваш клиент подписал контракт, в котором Ваше предложение платежа. Как Вы его посадите в офисе?

Позиции за четырехугольным столом

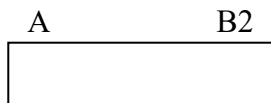
Некто В может занять четыре позиции по отношению к А:



B1 – угловая позиция – если люди находятся друг с другом в дружеских отношениях и ведут непринужденную беседу. Наиболее успешная стратегическая позиция – позиция, из которой коммивояжер может вести консультацию нового товара покупателю. Это позиция B1, если А – покупатель. Просто передвинув стул в позицию B1, Вы можете снять напряжение и увеличить шансы для успешного исхода сделки.

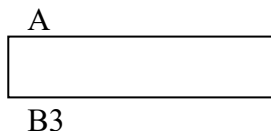


B2 – позиция сотрудничества – для рассмотрения какого-либо случая и принятия решения. В должен таким образом перейти в эту позицию, чтобы А не почувствовал, что кто-либо вторгается на его территорию.



B3 – соревновательно-оборонительная позиция, если люди в чем-то соревнуются друг с другом, или один упрекает другого.

Если это в кабинете А, то эта позиция „начальник-подчиненный”.



По материалам: Пиз А., *Язык жестов. Увлекательное пособие для деловых людей*, Воронеж 1992.

☺. Прочитайте текст и скажите, каково отношение русских к деньгам. Подумайте, как поляки к ним относятся:

Русские не особенно ценят деньги. С деньгами лучше, чем без них, потому что бедность – это крайне неприятно. Но иметь много денег – нехорошо. У людей честных много денег быть не может – по крайней мере, если они не эстрадные звезды или чемпионы по теннису. Никогда не хвалитесь, что у вас водятся деньги, куда лучше жаловаться, что вам не хватает денег от получки до получки и регулярно приходится одалживать деньги у соседа.

Богатых всегда недолюбливают. „Новые русские”, нувориши, на которых богатство свалилось, как цветочный горшок с балкона, подвергаются насмешкам.

Если вы мало зарабатываете, нет ничего зазорного в том, что вы рассказываете окружающим о своей зарплате. Признавая, что вам так много недооплачивают, вы показываете, что ваш наниматель недооценивает вас и не понимает, какое бесценное приобретение он сделал, взяв вас на работу. Зарабатывать мало не унизительно – позор падает на того, кто вас эксплуатирует.

(В.Ж.)

☺. Прочитайте текст и скажите, каково в чем суть системы CyberPlat®:

CyberPlat® - это универсальная мультибанковская интегрированная система платежей в Интернет, которая обеспечивает весь спектр финансовых услуг - от микроплатежей до межбанковских расчетов.

Основные свойства системы CyberPlat®:

- Интегрированность - система объединяет различные инструменты для ведения бизнеса в сети Интернет:

◆ CyberCheck - подсистема обслуживания транзакций класса business-to-business с элементами электронного документооборота для клиентов, *зарегистрированных* в CyberPlat®;

◆ CyberPOS - подсистема обслуживания платежей по пластиковым картам международных и российских платежных систем, ориентированная на услуги business-to-consumer и *не требующая регистрации* покупателя в системе CyberPlat®;

- ◆ Internet-Banking - управление счетом в банке-участнике системы через Интернет.
- Мультибанковость - система CyberPlat® допускает участие в ней неограниченного количества банков, открыта для взаимодействия с любыми другими платежными системами и, в отличие от многих из них, обеспечивает поддержку множества процессинговых центров.
- Универсальность - система позволяет использовать различные платежные инструменты: пластиковые карты международных и российских платежных систем, в том числе Visa, Europay, Diners Club, JCB, American Express, Union Card, единые карты e-port, а также платежи непосредственно с банковских счетов плательщиков в банках-участниках системы на любой банковский счет, в том числе внешний.
CyberPlat® гарантирует полную конфиденциальность транзакций и недоступность платежных реквизитов для посторонних.

Источник: <http://www.cyberplat.ru/>

☺. *Опишите процедуру приема наличных платежей в банкомате:*

Прием наличных платежей в банкомате

С мая 2004 г. Филиал ОАО АКБ "Югра" в рамках платежной системы "МАХИМА" приступил к вводу в эксплуатацию банкоматов с расширенной функциональностью. Устройство "CASH-IN", которым оборудованы банкоматы, позволяет распознавать и принимать денежные средства в рублях.

Теперь и в Ярославской области любой желающий может совершить платежи за коммунальные услуги и за услуги операторов сотовой связи не только с помощью пластиковых карт, но и наличными деньгами.

Для совершения платежа:

- ◆ Нажмите кнопку "Платежи наличными".
- ◆ Выберите назначение платежа (Сотовая связь и т.п.).
- ◆ Введите реквизиты платежа (номер лицевого счета, сумму и т.п.).

- ◆ При появлении надписи "Ожидание купюры" начинайте вставлять денежные купюры любого номинала в модуль приема денежных средств. Появление надписи "плохая купюра" означает, что данная купюра не будет принята устройством.
- ◆ По окончании ввода купюр нажмите кнопку "Далее".
- ◆ Получите чек об оплате.

За совершение платежа взимается комиссия в размере 2% от суммы платежа.

Источник: <http://maximacard.ru/cashin.html>



ПОДСКАЗКА:

ОАО – Открытое Акционерное Общество – Spółka Akcyjna Niejawna
АКБ – Акционерный Коммерческий Банк

☺. *Опишите процедуру совершения платежей с помощью SMS:*

SMS-платежи

Платежный SMS-сервис доступен через специальные сервисные номера операторов сотовой связи. Для удобства рекомендуем Вам занести в адресную книгу своего телефона под именем Rapida номер платежного сервиса у своего оператора (1879 - для абонентов МТС, 1879 - для абонентов Билайн, 000733 - для абонентов Мегафон, 115 - для абонентов СМАРТС).

Если Вы не пользовались платежным интернет-сервисом, то для регистрации в платежном SMS-сервисе отправьте на номер Rapida сообщение из одного слова: **reg** или **рег**. Ответное SMS-сообщение об успешной регистрации будет также содержать серию, номер и пароль виртуальной карты «Рапида» для входа на платежный сайт и Ваш UserId. Рекомендуем Вам сохранить это сообщение.

Если Вы уже пользуетесь платежным интернет-сервисом, то зарегистрируйтесь согласно данной инструкции.

Вы можете платить в пределах своего платежного баланса. Чтобы узнать остаток средств на платежном балансе, отправьте на номер Rapida сообщение из одного слова: **bal** или **бал**. Для пополнения баланса prepaid-картой «Рапида» отправьте на номер Rapida сообщение:

SSSSSS#NNNNN#PPPPPP,

где **SSSSSS** - серия, **NNNNN** - номер, **PPPPPP** - пароль, **#** - разделитель (можно также использовать звездочку).

Для оплаты телефона, который зарегистрирован в платежном SMS-сервисе, достаточно (с него же) отправить на номер Rapida сообщение, содержащее сумму платежа в формате **PPP.кк**. Через SMS Вы также можете оплатить услуги и товары предприятий, которым присвоены коды платежей (перечислены в каталоге). Для выполнения платежа нужно послать сообщение формата: **ККК#PPP.кк#параметры**, где **ККК** - код предприятия согласно каталога, **PPP.кк** - сумма платежа **PPP** рублей и **кк** копеек, **Параметры** - реквизиты платежа для предприятия (номер телефона, счета, клиента и т.п.) согласно каталога.

Кроме того, Вы можете перевести деньги любому абоненту МТС, Билайн, Мегафон, СМАРТС на баланс в системе «Рапид». Для выполнения перевода нужно послать сообщение формата: **999#PPP.кк#номер телефона** (10 цифр).

Перевод исполняется мгновенно. Деньги зачисляются на платежный баланс получателя платежа. При необходимости выполняется автоматическая регистрация получателя перевода в платежном SMS-сервисе.

Мы уверены, что освоение платежного SMS-сервиса не составит для Вас большого труда. В случае необходимости смело обращайтесь за разъяснениями в службу поддержки.

Источник: <http://www.rapida.ru/smspay/print.php?cat=1&page=0>

☺. *Опишите преимущества пластиковых карт:*

Пластиковые карты

Банк эмитирует карточки международной платежной системы VISA International и предлагает своим клиентам полный набор карт этой системы: от демократичных электронных продуктов – до самых престижных VISA Gold. В любом отделении банка клиенту помогут выбрать платежную карточку, наиболее полно и точно отвечающую его запросам. Карточки являются удобным и безопасным средством безналичной оплаты товаров и услуг во всем мире.

CIRRUS/MAESTRO INTERNATIONAL

Наиболее демократичная карточка, доступная всем клиентам независимо от уровня дохода. Самые низкие тарифы на открытие и годовое обслуживание, и в то же время возможность снимать

наличные средства в любом из сотен тысяч банкоматов по всему миру. При этом Cirrus/Maestro - карта с повышенным уровнем безопасности, поскольку все операции по ней проводятся с обязательной авторизацией.

EUROCARD/MASTERCARD STANDARD

Это самые популярные карты в мире, предоставляющие оптимальное соотношение стоимости и спектра предоставляемых услуг. Ставшие стандартом в своей области, они сочетают удобство и высокую надежность, одинаково хорошо подходят для любых видов покупок и снятия наличности. Eurocard/MasterCard Standart - наиболее универсальные карты, широко распространенные как в Украине, так и за рубежом.

EUROCARD/MASTERCARD BUSINESS

Корпоративные карты, к которым относится Eurocard/MasterCard Business, предназначены для контроля за расходованием средств компании. Они помогают упорядочить представительские и командировочные расходы, обеспечивают их прозрачность.

Это прекрасный инструмент, позволяющий избавиться от излишней нагрузки на бухгалтерию и кассу. По картам предоставляются регулярные выписки - отчеты о расходовании по счету, а также медицинский полис страхования сотрудников, выезжающих в командировки.

EUROCARD/MASTERCARD GOLD

Ориентированная прежде всего на состоятельных людей, достигших высокого положения в обществе и успеха в бизнесе, карта класса GOLD позволит ощутить в полной мере комфорт высококачественного сервиса и получить ряд дополнительных услуг и возможностей:

- круглосуточная помощь во время зарубежных поездок и путешествий
- срочная выдача наличности и бесплатная замена карточки в чрезвычайных обстоятельствах
- скидки при аренде автомобиля и бронировании номеров в гостиницах по всему миру
- бесплатная международная медицинская страховка

Золотая карточка - отражение Вашего успеха и высочайший уровень доверия в любой стране мира.

VISA ELECTRON

Благодаря своей низкой стоимости является наиболее доступной международной платежной картой. Ею можно воспользоваться в более чем 9 млн. магазинов и свыше 760 тыс. банкоматов по всему миру. Все операции проходят электронную авторизацию, подтверждающую достаточность денежных средств на счету держателя карточки. Данные меры безопасности позволяют выдавать карточки VISA Electron клиентам с ограниченной или нулевой банковской историей, а также не имеющим ранее опыта использования карточек.

VISA CLASSIC

Это универсальный платежный инструмент, который принимается по всему миру в любых точках, обозначенных логотипом VISA, включая банкоматы, реальные и виртуальные магазины, а также магазины, предлагающие товары и услуги по почте и телефону. Благодаря оптимальному сочетанию свойств, гарантирующих финансовую гибкость, удобство и безопасность расчетов, эта карточка стала самым популярным платежным средством и являет собой наиболее удачный выбор для широкого круга клиентов.

VISA GOLD

Символ престижа и успеха, золотая карточка VISA отвечает самым взыскательным требованиям клиентов. Это элитное платежное средство подчеркивает финансовую состоятельность владельца и обеспечивает повышенный комфорт и «золотой» стандарт оказываемых услуг. Владельцам золотых карточек бесплатно предоставляется широкий спектр услуг по страхованию и сопровождению во время путешествий по всему миру, включая Россию.

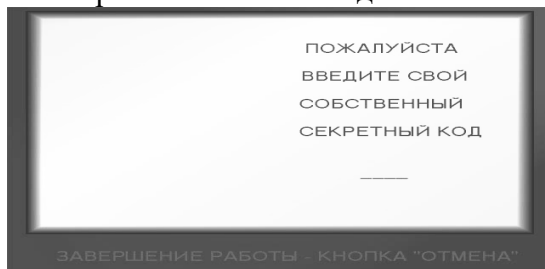
Источник: <http://www.globexbank.ru/FZL10.asp>

☺. *Объясните подруге/другу, как совершить платеж с помощью карточки Уральского Банка Реконструкции и Развития:*

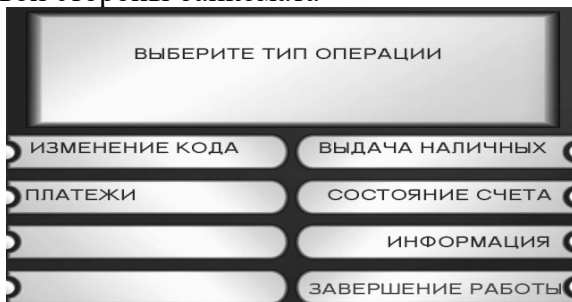
Если на дисплее банкомата вы видите логотип Уральского Банка Реконструкции и Развития вставьте Вашу карточку в банкомат.



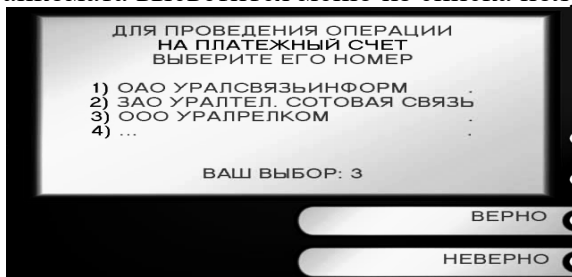
Затем введите четырехзначный PIN код



Для осуществления платежа выберите на банкомате пункт меню “Платежи” нажав на кнопку расположенную рядом с меню “Платежи” с левой стороны банкомата



На экране банкомата высветится меню из списка получателей:



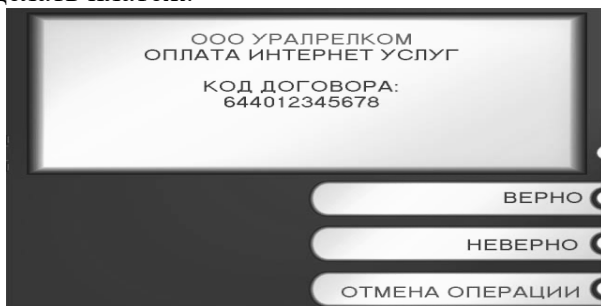
Наберите на клавиатуре банкомата цифру, соответствующую нужному получателю платежа

Нажмите на кнопку рядом с меню “ВЕРНО” для подтверждения выбора и продолжения работы.

Нажмите на кнопку рядом с меню “НЕВЕРНО” для корректировки ввода.

Нажмите на кнопку рядом с меню “ОТМЕНИТЬ ОПЕРАЦИЮ” для прекращения операции и выбора другого типа операции.

На экране банкомата появится меню, выбранной компании, куда необходимо сделать платеж:



Для оплаты услуг “Уралсвязьинформ” необходимо набрать шестизначный номер городского телефона, например, 644644 (цифры номера телефона вводятся подряд без разделителей).

Для оплаты услуг “Уралтел” необходимо набрать десятизначный номер сотового телефона, например, 90288059** (цифры номера телефона вводятся подряд без разделителей).

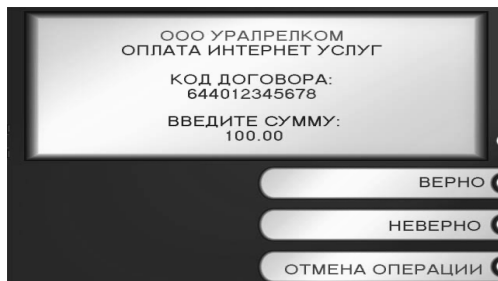
Для оплаты услуг “Уралрелком” необходимо набрать двенадцатизначный код договора, например, 644012345678 (цифры номера договора вводятся подряд без разделителей).

Нажмите на кнопку рядом с меню “ВЕРНО” для подтверждения выбора и продолжения работы.

Нажмите на кнопку рядом с меню “НЕВЕРНО” для корректировки ввода.

Нажмите на кнопку рядом с меню “ОТМЕНИТЬ ОПЕРАЦИЮ” для прекращения операции и выбора другого типа операции.

На экране банкомата появится меню:



Введите сумму платежа. Для ввода копеек, в качестве разделителя используйте точку (кнопку “.”) на цифровой клавиатуре банкомата.

Проверьте еще раз правильность ввода номера телефона (кода договора) и суммы платежа

Нажмите на кнопку рядом с меню “ВЕРНО” для подтверждения выбора и продолжения работы.

Нажмите на кнопку рядом с меню “НЕВЕРНО” для корректировки ввода.

Нажмите на кнопку рядом с меню “ОТМЕНИТЬ ОПЕРАЦИЮ” для прекращения операции и выбора другого типа операции.

При нажатии на кнопку рядом с меню “ВЕРНО” произойдет завершение операции.

В случае успешного завершения банкомат выдаст чек, подтверждающий совершение платежа.

Рекомендуется хранить чек по операции, до подтверждения зачисления суммы платежа на Ваш лицевой счет.

Источник: <http://www.ur.ru/isp/bankomat/ubrr-instr>

☺. *Объясните подружке/другу, как совершить платеж он-лайн:*

On-line платежи

Оплатить (только для зарегистрированных пользователей)

Общие положения Теперь Вы можете производить оплату за услуги (доступ к Интернет и услуги предоставляемые по карточке i-Card+) при помощи кредитных карт VISA и MASTERCARD/EUROCARD, а также электронных (дебетных) карт Казкоммерцбанка через систему авторизации пластиковых карт ERAУ.

Необходимые условия для использования системы:

1. Являться законным владельцем пластиковой платежной карты. Система предусматривает обработку всех платежных карточек систем VISA и MasterCard/EuroCard, или электронных (дебетных) карт Казкоммерцбанка.
2. Зарегистрироваться.

Правила работы с логином и PIN-кодом:

3. Nursat не несет ответственности за использование атрибутов клиента (пароль, логин, ID, PIN-код, электронный адрес)

третьими лицами. Данный вопрос находится целиком и полностью в ответственности законного владельца этих атрибутов. За дополнительной информацией обращайтесь в раздел Безопасность. Со своей Стороны Nursat обеспечивает полную конфиденциальность информации клиента и предоставляет условия для контроля Internet-счета клиента, самостоятельной смены клиентом пароля и уведомляет клиента о попытках несанкционированного использования атрибутов клиента.

4. Если время, заведенное на Internet-счете, окончилось и не пополняется в течение 3-х месяцев, то логин автоматически удаляется.

5. Если Internet-счет не используется в течение 6-ти месяцев, то логин автоматически удаляется независимо от оставшегося на нем времени.

6. Если PIN-код не используется в течение 3-х месяцев, то он автоматически удаляется независимо от оставшегося на нем времени.

В целях обеспечения собственной информационной безопасности и безопасности своих клиентов Nursat оставляет за собой право закрыть Internet-счет за:

- любые действия в Сети, совершаемые от имени Nursat, включая, но не ограничиваясь, массовой рассылкой электронных писем рекламного, коммерческого или агитационного характера, а также писем, затрагивающих честь и достоинство физического/юридического лица;
- любые действия в Сети, связанные с попытками и фактами несанкционированного доступа или взлома закрытых сетевых ресурсов, не принадлежащих Клиенту.

Безопасность

- При каждом сеансе работы система производит проверку на соответствие данных клиента. При неверном задании этих параметров система блокирует дальнейшие шаги и предлагает повторить попытку.
- Для обмена данными между клиентом и банком используется SSL-алгоритм.

- Во избежание возможности подбора номера платежной карточки система хранит введенную информацию в виде так называемого "хэша" - контрольного отпечатка, по которому полностью исключена возможность обратного восстановления данных.
- Системой установлено ограничение на время, достаточное и необходимое для ввода данных и оформления платежа. При превышении установленного лимита, система блокирует возможность платежа, что позволяет пресечь попытки подбора/генерации атрибутов клиента злоумышленниками.
- В целях повышения безопасности в системе необходим ввод CVC2/CVV2 кода, который указан на обратной стороне кредитной карты (в случае отсутствия данного кода он может быть получен в банке-эмитенте). При работе с дебетными картами ввод CVC/CVV кода не требуется.

Источник: <http://cardserver.nursat.net/bank/login.php3?lang=rus>

ЭТО ВАЖНО!

Техника безопасности при оплате картой в магазине, ресторане, операций в банке и пр.

Никогда не выпускайте карту из поля зрения. Это доступ к вашим деньгам. Представьте, что вместо карты вы даете кассиру или официанту все деньги, которые у вас есть на счету и просите его взять сколько нужно. Представили. Теперь вы чувствуете, что может произойти, пока вы не видите своей карты.

Никогда не подписывайте более трех слипов (чеков) при оплате без POS-терминала. Подпись на чеке - это ваше согласие списать с вашего карточного счета указанную сумму. Если место, где вы расплачиваетесь при помощи карты, не оборудовано POS-терминалом, то из трех подписанных вами слипов (чеков) один остается в организации, один отправляется этой организацией в банк и один остается у вас как подтверждение произведенной операции.

Никогда не подписывайте слип, на котором не указана сумма. Подписав такой слип вы даете возможность списать с вашего счета столько денег в пределах имеющейся на нем суммы, сколько захочется.

Подписав слип, перечеркните все пустые поля. Тем самым вы избавите кассира от искушения вписать туда что-то лишнее, а себя от списания со счета лишних сумм.

При неверном оформлении слипа требуйте его аннулирования. Если при оформлении слипа (чека) была допущена ошибка, и вам предложили оформить новый слип, не стесняйтесь попросить аннулировать ошибочный. В противном случае с вашего счета могут списать двойную сумму.

Техника безопасности при оплате картой в сети Интернет

Старайтесь не оставлять данные о себе и своей карте на тех сайтах, о которых вы ничего не знаете. Спросите о них у друзей, знакомых. Поинтересуйтесь в соответствующих конференциях. Посмотрите, где располагается сама организация, которой вы собираетесь платить. Если адреса нет совсем, или он не вызывает у вас доверия, то прежде чем платить, подумайте, стоит ли?

Не используйте для оплаты в Интернете карты, на которых у вас находятся крупные суммы денег. Лучше вообще завести для таких целей отдельную карту и переводить туда деньги по мере необходимости.

☺. *Опишите, как можно получить наличные в банкомате:*

Получение наличных в банкомате

Золотая Корона

Убедитесь, что банкомат обслуживает карты «Золотая Корона». Для этого обратите внимание на логотип на банкомате, либо просмотрите список пунктов выдачи наличных и банкоматов на сайте ОАО АКБ «Югбанк» www.yugbank.ru или на сайте платежной системы «Золотая Корона» www.korona.net.

Вставьте карту в банкомат ЧИПом вверх и вперед, карта полностью уйдет в банкомат. Наберите Ваш ПИН-код и нажмите клавишу «ВВОД». Выберите операцию «Получение наличных», введите требуемую сумму и повторно нажмите «Ввод». Банкомат сначала вернет Вам карту, а после того, как Вы ее заберете, выдаст деньги и чек.

Помните! если Вы по какой-либо причине не забрали деньги или карту из банкомата в течение 45 секунд, то они автоматически возвращаются внутрь банкомата. В такой ситуации Вам необходимо обратиться в Банк.

MasterCard

Убедитесь, что перед Вами действительно банкомат, а не другое устройство похожего назначения.

Далее необходимо определить, сможет ли банкомат работать с пластиковой картой именно такого типа, какой имеется у Вас. На банкоматах должны быть наклейки с логотипом тех карт, которые принимает данный банкомат.

Теперь Вы можете вставить Вашу карту в приемник банкомата. Обычно для этого карту следует повернуть к себе лицевой стороной,

так, чтобы «выдавленные» литеры оказались в нижней половине карты, и вставлять в приемник банкомата ее левой стороной (так, чтобы логотип-голограмма платежной системы, если она есть, «исчезала» в картоприемнике банкомата последней). Если выбранный Вами банкомат при приеме карты требует располагать ее по-другому, об этом, скорее всего, будет написано рядом с картоприемником.

Помните: если Ваша пластиковая карта в прорези банкомата, а Вы в течение 45 секунд не нажали ни на одну из клавиш, банкомат вернет Вам карту. Если же в течение следующих 45 секунд Вы не вынете карту из прорези, банкомат ее задержит.

Если Ваша карта международная, то по общепринятому стандарту банкомат предложит Вам выбрать язык, на котором Вы будете общаться с ним. Первый в списке, как правило, национальный язык.

Далее Вы должны ввести Ваш ПИН-код с клавиатуры. После ввода четырех знаков ПИН-кода может потребоваться подтверждение - обычно оно делается путем нажатия одной из функциональных клавиш на панели монитора или клавиши [ENTER]. Если же подтверждение не требуется, но Вы допустили ошибку при вводе, нажмите клавишу [CANCEL] на цифровой клавиатуре - банкомат сообщит об отмене операции и вернет Вам карту, после чего Вы можете повторить операцию. Помните, что если Вы введете Ваш ПИН-код неверно три раза подряд (на одном банкомате или на разных банкоматах), карта может быть изъята банкоматом и направлена в адрес банка, выпустившего данную карту.

После ввода ПИН-кода Вам будет предложен типовой набор операций: снятие наличных денег (может быть, даже сразу снятия определенных сумм – 500 рублей, 1000 рублей и т.п.), получение выписки или информации по остатку на Вашем счете, либо будет предложено выбрать валюту, в которой Вы хотите получить наличные - если банкомат поддерживает закладку мультивалютных кассет с наличностью.

Для снятия большой суммы Вы должны будете повторить операцию несколько раз. В случае получения большой суммы в несколько приемов обязательно вынимайте карту из банкомата,

когда появляется соответствующая надпись на экране, а не досылайте ее обратно.

Банкомат проведет авторизацию Вашего запроса и при положительном ответе вернет Вам сначала карту, а потом (после того, как Вы ее заберете) выдаст деньги, которые появятся в лотке под экраном. Потом банкомат выдаст квитанцию.

Сумма, которую можно снять за день, ограничена (предел обычно \$500). Обратите внимание, что если установленный банкомат не принадлежит банку, выдавшему Вам карту, помимо подлежащей выдаче суммы с Вашего счета будет списана также оплата услуг обналличивания - 1% от снимаемой суммы, но не менее \$3. При этом, получая в банкомате всего лишь \$3, Вы можете потерять еще столько же на оплату расходов.

Информация об остатке на счете, которую выдает банкомат, не соответствует представлению владельца карты о фактическом остатке, потому что банкомат обычно сообщает не фактический остаток на счете, а сумму, которая доступна для совершения операций. Эти две суммы могут различаться.

Доступная сумма может быть меньше фактического остатка на сумму неснижаемого остатка, дополнительного резервирования, сумм, заблокированных под расчеты за уже выполненные операции, по которым еще не произошло списание со счета.

Источник: <http://www.korona.net/scdp/page?als=408698#5>

11. ПОГОВОРИМ О ЦЕНАХ

☺. *Подберите термины к данным определениям:*

1. Цена за товар (услуги) при продаже его крупным партиями (оптом) торговым и промышленным фирмам, организациям в отличие от розничной цены, устанавливаемой при продаже товара и услуг индивидуальному потребителю -
2. Цена, которая устанавливается по договоренности между продавцом (производителем) и покупателем (потребителем) продукции -
3. Цена, фиксируемая в сделке по купле-продаже товара -
4. Цена товара на месте его купли-продажи, не включающая скидки и надбавки, связанные с различием базисных условий поставок, субсидии и т.д. -
5. Разновидность помощи и поддержки производителей сельскохозяйственной продукции. В системе "Общего рынка" - цена, по которой органы ЕС обязаны покупать сельхозпродукты у производителей в ограниченном, а в отдельных случаях даже в неограниченном количестве -
6. Средняя цена, по которой можно приобрести товар на данном рынке, или средняя цена осуществления сделок по данному товару в конкретный период времени -
7. Устанавливается на товар, продаваемый в личное потребление в малых количествах -



ПОДСКАЗКА:

цена рыночная, цена розничная, цена договорная, цена контрактная, цена оптовая, цена интервенционная, цена нетто

☺. *Познакомьтесь с некоторыми выражениями используемыми при обсуждении цен:*

🔗 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!**При обсуждении цен**

1. Теперь мы можем начать переговоры по ценам.
2. Цена в нашей сфере может служить основой для переговоров.
3. Мы находим, что Ваша цена несколько выше по сравнению с ценами на мировом рынке.
4. Мы просим Вас предоставить нам 5% скидку с цены.
5. Цена включает стоимость упаковки, стоимость запчастей, расходы на перевозку и страхование.
6. Если мы согласны на вашу цену, сделка будет для нас нерентабельной.
7. Цена составляет за единицу / за штуку.

Уступки

1. Мы можем договориться только путем взаимных уступок, не так ли?
2. Могли бы Вы пойти нам навстречу?
3. Если Вы готовы согласиться, мы пойдем Вам навстречу.

Согласие, одобрение

1. Мы совершенно согласны с Вами.
2. Договорились.
3. Хорошо. Остановимся на этом?
4. Пожалуй, это все.
5. Никаких возражений.
6. Не вижу причины, почему бы нам не ...
7. Мы можем считать, что вопрос решен.

☺. Запомните конструкции:

🔗 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

продаем покупаем	по	низким договорным рыночным биржевым	ценам
---------------------	----	--	-------

		самым низким в Польше
	ценам	ниже рыночных
		выше
повысить	цену на	автомобили, бензин, металл
снизить		
сохранить		
стоимость	продуктов питания металла	выросла
		=повысилась
		=увеличилась
		снизалась
		=уменьшилась

☺. Скажите Своему клиенту, что Вы продаете товар по:

1. najniższych cenach w Polsce południowo-wschodniej
2. umiarkowanych cenach
3. cenach państwowych
4. wymienionych w cenniku
5. niższych niż w cenniku

☺. Прочитайте запись фрагментов переговоров. Сформулируйте, о чем идет речь. Какие встречаются затруднения у договаривающихся сторон? Как они решаются?

- Как настроение? Как пообедали?
- Спасибо, обед был великолепен.
- Рад слышать. Господа, кофе, чай?
- Кофе, пожалуйста!
- И мне тоже!
- А я бы выпила чего-нибудь похолоднее.
- Пожалуйста, пепси, фанта!
- Спасибо.
- Итак, господа, поговорим о ценах. Мы хотели бы обратить внимание на то, что цены у нас стабильны. Мы не меняем их без достаточных причин. Но сейчас существует веская причина для изменения цены.
- Вы имеете в виду повышение цен на комплектующие изделия?

- Не только это. Дело в том, что мы усовершенствовали последнюю модель.
- Это вызвало большие расходы?
- Вообще говоря, не очень большие.
- Однако цена, которую Вы запрашиваете, слишком высока.
- Но прежде всего, чем обсуждать контрактную цену далее, мне бы хотелось поговорить о запчастях.
- Конечно.
- Мы хотим, чтобы запчасти пришли с товаром, так как у нас нет Ваших фирменных станций обслуживания, которые могут произвести гарантийный ремонт.
- Мы дадим Вам все запчасти, которые Вам потребуются.
- Теперь давайте обсудим стоимость запчастей. Какую часть они составят в общей стоимости контракта?
- Мы можем предложить Вам запчасти на сумму, составляющую 20% от общей стоимости контракта.
- Согласны. Ну а теперь давайте вернемся к полной стоимости контракта. Я считаю, что мы можем договориться о цене только путем взаимных уступок.
- Точно.
- Я все-таки думаю, что цена необыкновенно высока. Что Вы скажете по поводу 8% скидки с контрактной цены?
- Давайте прикинуть... Максимальная скидка, о которой мы можем говорить – это 3%, но не с контрактной цены, а с цены, указанной в нашем предложении.
- В таком случае цена составит 500 долларов в пересчете за одну штуку...
- Давайте посмотрим, что мы можем сделать. Мы можем дать 5% скидку с предложенной цены. Большая скидка сделала бы сделку нерентабельной. Надеюсь, господа, Вы понимаете, что это самая большая скидка?
- Хорошо. Нам придется согласиться на 5% скидку.
- Договорились.
- Давайте считать вопрос о ценах решенным.
- Рад это слышать. Нам нужны хорошие деловые отношения с Вашей фирмой.
- Прекрасно! Итак, закончим на сегодня!
- Да, на сегодня хватит.

☺. Вы не согласны с предложенной производителем ценой. Объясните ему почему, попросите 10% скидку или, назначив свою

цену, докажете Вашу точку зрения. Ваш партнер соглашается. Употребите в диалоге две из предложенных пословиц, по выбору:

Pieniądz nie śmierdzi. Деньги не пахнут;
 Pieniądze szczęścia nie dają. Не в деньгах счастье;
 Pieniądze szczęścia nie dają, ale pomagają. Не в деньгах счастье, но с деньгами жить куда легче. Живется, у кого денежка ведется;

☺. Предложите скидку клиентам, если Ваш товар не продается долго (партия товара невелика).

☺. Переведите на русский язык выделенные слова и выражения:

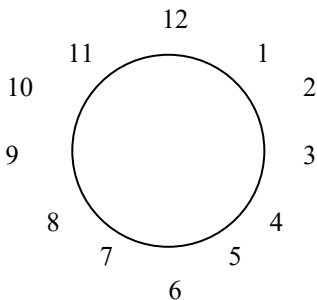
1. (Cena wyrażona jest w dolarach USA) и понимается франко-вагон граница Польши.
2. В указанную цену не включается стоимость упаковки, (która podlega zwrotowi na koszt Sprzedającego).
3. За потери товара Продавец (udziela Kupującemu zniżki w wysokości 10%) от стоимости всей партии товара.

☺. Объясните своему коллеге из России, как рассадить Ваших партнеров за круглым столом.

👉 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Reguła zegara

Podczas narady, konferencji lub negocjacji podział miejsc przy okrągłym stole bardzo przypomina tarczę tradycyjnego zegara.



Miejsce początku i końca, czyli godziny „12”, zajmuje szef. Godziny „11” i „1” zajmują jego najbliżsi współpracownicy, np. zastępca, szef produkcji, asystentka. Osoba

сидящая по правой руке шефа занимает позицию более сильную, чем человек, сидящий по его левой руке.

Годины „2” и „10” занимают люди, которые в ожидании на свою удачу стараются быть всегда для шефа милыми и диспозитивными.

Места „3” и „9” занимают люди, которые считают, что с формальных или тактических позиций должны присутствовать, но не планируют выступать с какими-либо заявлениями. Часто засыпают, просматривают секретно прессу, рисуют что-то.

Места „8” и „4” занимают люди, которые имеют собственные взгляды на тему обсуждаемых вопросов. Им не хватает смелости, чтобы инициировать открытую конфронтацию.

Места на нижнем уровне, там где находятся часы „6” и „5”, „7” занимают оппозиция.

Представленный шаблон является модельным. Всегда можно выделить зоны власти, оппозиции и зоны нейтральные.

☺. *Пополните текст:*

Конвертируемость валюты

Польская валюта - злотый - стал 1 января 1990 года. Первоначально злотого была связана с американским долларом, позднее с набором наиболее "влиятельных" валют. В октябре 1991 года была введена ежемесячная злотого, для того, чтобы сгладить эффект внутренней (ежемесячный уровень девальвации был уменьшен до 1,0% в январе 1996 года), что отражает снижение инфляции. Несмотря на регулярные и уточняющие методом девальвации, злотый по-прежнему сильно падает в реальном выражении относительно американского доллара и большинства европейских валют.

..... инфляции и сравнительная стабильность обменного курса позволили правительству провести злотого в соотношении 1:10 000, что было исполнено 1 января 1995 года. Деноминация сопровождалась принятием нового закона о Валютном Регулировании, который либерализовал некоторые аспекты....., что явилось очередным шагом к полной злотого и членству в ОЕСД (были ликвидированы многие ограничения на движение капитала).



ПОДСКАЗКА:

деноминация, изменения курса, конвертируемая валюта, инфляция, обмен валют, конвертируемость, девальвация, снижение, стоимость.

☺. *Разыграйте микроситуацию о снижении или повышении цены на товар, используя слова и выражения:*

Конкуренция, качество, цены на мировом рынке, значительный заказ, новинка.

☺. *Вставьте пропущенные слова по смыслу:*

Несмотря на наши попытки цены на прежнем, мы были цену на вследствие. Мы об этом, но Вы должны во внимание, что мы принять это под давлением Новый преЙскурант и является с года.

☺. *Скажите, как установить цену машины?*

Jak mądrze negocjować cenę?

Cenę ustalmy około 5% wyższą, niż ta, o której naprawdę myślimy. Pamiętajmy, że nabywca będzie mieć satysfakcję nie tylko z samochodu, ale z udanych negocjacji przy kupnie. Jeśli będzie miał wrażenie, że zrobił dobry interes, to mamy szanse sprzedać mu auto inne niż pierwotnie planował kupić. Nie trzymajmy się kurczowo naszej oferty, być może warto trochę opuścić cenę, ale wynegocjować na przykład wyjęcie radia lub pozostawienie sobie opon zimowych. Pamiętajmy, że lepsze są obniżki częstsze a mniejsze, niż jedna o 5 % wartości. Podstawą udanej transakcji jest obserwacja potencjalnego klienta i wycucie jego rzeczywistych potrzeb. Czy lubi się targować? A może dodamy mu jeszcze bagażnik na narty? Może się spieszy, bo jutro wyjeżdża z rodziną nad morze? Dostosowanie swojego zachowania i języka wypowiedzi daje lepszy efekt niż faktyczny stan techniczny samochodu.

Istnieje kilka zasad wpływania na zachowania na potencjalnego nabywcy. Jedna z nich to zasada pierwszego wrażenia. Pamiętajmy, że nigdy nie zrobimy drugi raz pierwszego wrażenia. Jest ono bardzo ważne i na długo pozostaje w pamięci. Nasz samochód w związku z tym musi prezentować się dobrze, bez elementów, które mogłyby dawać złudne wrażenie nowości czy braku zużycia. Wszystkie elementy auta muszą wyglądać naturalnie. My także bądźmy w pierwszym kontakcie z

potencjalnym nabywcą rozluźnieni, ale stanowczy i poważni. Mówmy odpowiednio dużo, raczej słuchając niż pouczając. Jeśli klient będzie nam wmawiał, że jesteśmy skończonymi idiotami chcąc za nasze auto takie wielkie pieniądze, dajmy mu się wygadać. Jeśli spodobał mu się samochód, i tak wróci po niego, choćby po kilku godzinach chodzenia po giełdzie.

Druga zasada to reguła, że większość ma zawsze rację. Starajmy się zaaranżować sytuację, gdy znana nam osoba, udając potencjalnego kupca, będzie sprawiać wrażenie bardzo zainteresowanej pojazdem. Jeśli dodamy do tego element konkurencji lub ograniczenia sprzedaży w czasie (mówmy, że pilnie sprzedamy, bo jutro do Afryki lecimy), mamy dużą szansę skłonić potencjalnego nabywcę do transakcji.

Источник: <http://www.parkuj.pl/porady/2/d2.htm>

12. РАЗГОВОР ПО ТЕЛЕФОНУ

☺. Скажите, как телефонный разговор может повлиять на представление о Вашей фирме? Как следить за своей речью во время телефонного разговора? Сравните в виде таблицы конструкции, которые следует употреблять и каких нельзя:

Каждому из нас приходится часто вести деловые переговоры по телефону. Телефон стал неотъемлемой частью нашей работы. Значение телефона очень велико. Умение человека вести телефонные переговоры в конечном счете определяют его репутацию и репутацию фирмы, которую он представляет. К сожалению, простота и обыденность его использования приводит к тому, что неправильные навыки общения из нашей повседневной жизни мы переносим и на общение по телефону. При этом мы не учитываем тот факт, что телефонный разговор предъявляет повышенные требования к скорости реакции, умению ясно выразить свою мысль, лаконичности, адекватности, и, следовательно, эффективности. Кроме того, неблагоприятное впечатление, полученное в результате телефонного разговора, труднее исправить, так как отсутствует визуальный контакт.

Сегодня мне бы хотелось остановиться на словах и выражениях, которые не следует использовать во время телефонного разговора, а также на некоторых сложных ситуациях, в которые может попасть любой из нас.

Слова и выражения, которых необходимо избегать во время телефонного разговора

Прежде всего давайте поговорим о том, каковы черты характера, которые наши стереотипы приписывают образу идеального бизнесмена. Осмелюсь предложить: вежливость, энергичность, оптимизм, это и есть оптимизм, открытость, гибкость. И противоположные им: мрачность, неуверенность в себе, самоедство, униженность, негативизм. Да, безусловно, такие качества не понравились бы Вашему деловому партнеру. Не нужно забывать, что подобные выводы о Вас собеседник всегда делает подсознательно и чаще всего на основе специфических черт, которые присущи Вашей речи. Речь, помимо нашей воли, выдает наши сомнения, раздражение, неумение владеть собой, неуверенность в себе и страхи. Недаром пословицы говорят: Язык мой враг мой , а

Молчание золото. Конечно, по телефону молчать нет смысла, но следить за речью необходимо.

Прежде всего нужно избегать выражений, которые несут в себе отрицание. Они демонстрируют собеседника, создают Вам имидж человека, который противится любым нововведениям и надеется на худшее (*У Вас нет вопросов? Вы не собираетесь? Вам ничего не нужно? Вам нечего добавить?*).

Не менее отрицательную реакцию вызывают категорические заявления. Они задевают собеседников, вынуждают защищаться, а значит вызывают агрессивную реакцию (*Вы ошибаетесь! Все нет! Не согласен! Вам не понять!*).

Мрачные слова настраивают собеседников на пессимистический лад, вызывают у них какие-то опасения. Реакция бывает обратной той, на которую Вы рассчитывали (*Не переживайте вы так. У вас не будет неприятностей. Опасения совершенно напрасны. У Вас не будет проблем (а кто, собственно, говорил о проблемах?)*).

Не менее опасны неопределенные выражения, сомнения, которые порождают у собеседника опасения по поводу Вашей компетентности, создают Вам имидж неуверенного в себе человека (*Надеюсь, вы будете довольны. Я думаю, вас заинтересует это предложение. Мне кажется, это сработает. Возможно, мы сделаем это*).

Тот же образ создают уменьшительные выражения, особенно в тех случаях, когда они неумеренно используются (*Я вас отвлеку всего на минуточку. Это маленькое нововведение*).

Избегайте чрезмерных изъявлений вежливости, которые принижают ваше достоинство (*Тысячу раз простите за то, что отнимаю у Вас время*).

Большой вред Вам могут нанести пассивные выражения, которые создают ощущение Вашей зависимости от чего-то, порождают у собеседника неуверенность в Ваших возможностях. Особенно выдает сомнения интонация (*Это могло бы вас заинтересовать. Вы смогли бы в будущем лучше контролировать расходы. Если бы...*).

Обратный ожидаемому эффект создают призывы к доверию. Выражения типа: *Доверьтесь мне хороши только в экстремальных ситуациях. В других случаях напоминания о доверии только наводят собеседника на мысль о том, что Вам доверять не стоит (Честное слово, уверяю Вас, это выгодная сделка; Поверьте, Вы не будете сожалеть об этом решении)*.

Внимательно следите за вводными словами и словами-паразитами. Они особенно слышны в телефонном разговоре и

утомляют собеседника, ослабляют внимание и выдают Ваш не очень высокий культурный уровень.

И последнее, по возможности избегайте оценки собеседника. Выражения типа: *Если бы вы внимательно прочитали документы, то знали бы, что... Если то, что вы говорите, правда, то...* заставляют собеседника чувствовать себя неполноценным и помешают Вам добиться позитивного результата в сотрудничестве.

Итак, чтобы успешно вести переговоры по телефону, необходимо соблюдать одно простое правило: уважать себя и своего собеседника. Это значит:

- 1 быть открытым и позитивным;
- 2 не унижать своего и чужого достоинства;
- 3 следить за своей речью.

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Этика телефонных переговоров

А теперь то, что следует и чего не следует делать, когда звонит телефон:

Не следует:

- долго не поднимать трубку;
- говорить "привет", "да" или "говорите", начиная разговор;
- спрашивать: "Могу ли я вам помочь?";
- вести две беседы одновременно;
- оставлять телефон без присмотра хотя бы ненадолго;
- использовать для записок клочки бумаги и листки календаря;
- передавать трубку несколько раз;
- говорить "все обедают", "никого нет", "пожалуйста, перезвоните".

Следует:

- поднять трубку до четвертого звонка телефона;
- говорить "доброе утро (день)", представиться;
- спрашивать "Чем я могу Вам помочь?";
- концентрироваться на разговоре и внимательно слушать;
- предложить перезвонить, если для выяснения деталей требуется время;
- использовать бланки для записи телефонных разговоров;
- записать номер звонящего и перезвонить ему;
- записать информацию и пообещать клиенту перезвонить ему.

Этот список можно продолжить. К примеру, нельзя превращать разговор в допрос, задавая вопросы типа "С кем я разговариваю?" или "Что Вам нужно?" Старайтесь следить за своей дикцией; говорить отчетливее, если вы говорите с

акцентом; избегать привычки зажимать микрофон рукой, чтобы что-то сказать коллегам. Если звонящий высказывает по телефону жалобу, не говорите ему: "Это не моя ошибка", "Я этим не занимаюсь", "Наши товары никогда не выходят из строя" и т.п., - этим Вы роняете репутацию фирмы и не помогаете клиенту в решении проблемы. Поэтому дайте ему выговориться до конца; выразите ему сочувствие, а если виноваты вы, извинитесь; запишите его имя, телефон, номер заказа или другие данные. Если вы обещали ему перезвонить, сделайте это как можно скорее, даже если в решить проблему к назначенному сроку не удалось. Запомните: когда проблема решена, клиент, как правило, чувствует себя вашим должником, а это можно использовать для деловых контактов и роста бизнеса.

Существуют выражения, которых следует избегать при телефонных разговорах, к ним, в частности, относятся: "Я не знаю" - никакой другой ответ не может подорвать доверие к вашей фирме столь быстро и основательно; прежде всего, ваша работа заключается в том, чтобы знать. "Мы не сможем этого сделать" - если это действительно так, ваш потенциальный клиент обратится к кому-то еще, и весьма вероятно, что новый его разговор сложится более удачно. "Вы должны..." - Ваш клиент Вам ничего не должен; формулировка должна быть гораздо мягче: "Для Вас имеет смысл..." или "Лучше всего было бы...". "Подождите секундочку, я скоро вернусь" – вряд ли секунды Вам хватит, чтобы управиться со своими делами; скажите вашему собеседнику что-то более правдоподобное: "На это может потребоваться две-три минуты. Вы подождете?" "Нет" – произнося это слово в начале предложения, Вы невольно создаете у собеседника впечатление того, что путь к позитивному решению проблемы усложняется.

Даже беглое знакомство с этикой телефонных переговоров, как показывает практика, увеличивает эффективность работы служащих и одновременно повышает их уровень удовлетворенности собственной работой.

☺. *Обратите внимание на следующие модели, используемые в телефонном разговоре:*

☞ ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

*С Вами говорит
Вас беспокоит*

*коммерческий директор
генеральный директор*

Я хотел бы поговорить с

*директором
представителем фирмы*

Я Вас слушаю. / Слушаю Вас. / Я у телефона.

Пожалуйста	передайте ему/ей, что	звонил...
Будьте добры		я позвоню позже.
Будьте любезны	встреча переносится на...	

- Господин директор у себя?	Он скоро придет. Подождите минутку... Его сейчас нет. Он сейчас говорит по другому телефону.
-----------------------------	---

Соедините меня, пожалуйста, с господином директором.
Извините, я могу поговорить с представителем фирмы?

Простите/извините, кто его	спрашивает? просит?
----------------------------	------------------------

Вас (просят) к телефону!

Я позвоню Вам		сегодня.
Я буду звонить Вам		завтра
		во второй половине дня.

☺. Прочитайте диалог. Подчеркните в нем конструкции, используемые в телефонном разговоре:

- „Белые ночи”. Я Вас слушаю!
- Здравствуйте. Анджей Ковальски у телефона.
- Здравствуйте, господин Ковальски.
- Я хотел бы поговорить с генеральным директором господином Николаевым.
- Извините, господина Николаева сейчас нет. Он скоро придет.
- Спасибо, я позвоню попозже. Передайте ему, пожалуйста, что я звонил. Я позвоню через час.
- Обязательно передам.
- До свидания.
- Всего хорошего.

☺. Составьте диалог по программе: А: позвоните в фирму „Аист” и попросите коммерческого директора г-на ...; Б: Вы секретарша,

скажите, что директора нет, он Узнайте, кто Вам звонил, обещайте позвонить ему в ...

☺. Вы хотите пригласить партнера из Москвы в Ваш офис для переговоров. Какой разговор возможен между Вами?

1. Вы звоните в офис.
2. Вы звоните ему домой.

☺. Прочитайте реплики используемые в телефонных разговорах:

🔗 ТАК ГОВОРЯТ ПО-РУССКИ!

Уточняющие вопросы:

- Это совместное предприятие „Аист”?
- Это секретарь директора?
- Простите, это господин/госпожа... ?
- Это Компания "Новый диск"?
- Это справочное бюро?
- Здравствуйте, с кем я говорю?
- Здравствуйте, я говорю с секретарем?
- Здравствуйте, это гостиница "Метрополь"?
- Извините, это Компания "Новый диск"?
- Простите, это г-жа Ярусова?

Уточняющие ответы:

- Да.
- Да, Вы не ошиблись.
- Совершенно верно.
- Вы ошиблись.
- Да, Вы не ошиблись
- Совершенно верно
- Да, это я

Просьба позвать к телефону:

- Вам не трудно позвать ...?
- Позовите...
- Вы не можете попросить...?
- Мне нужно...

- *Господин Ларин, Вас просят к телефону*
- *Господин Ларин, Вам звонят*
- *Мэри, это Тебя (просят к телефону)*

Неправильно набран номер/ошибка в связи:

- *Вы не туда попали.*
- *Вы ошиблись*
- *Вы ошиблись номером*
- *Вы набрали неправильный номер*
- *Вы неправильно набрали*
- *Вы не туда звоните*
- *Нет, это не Джек Трамп*
- *Здесь таких нет*
- *Таких здесь нет*
- *Такого (такой) у нас нет*
- *Нет таких*
- *Здесь нет человека по имени...*

Просьба подождать:

- *Сейчас.*
- *Сейчас*
- *Сейчас он подойдет.*
- *Подождите минутку!*
- *Пожалуйста, не кладите/вешайте трубку!*
- *Ждите у телефона!*

Представление и узнавание:

- *С Вами говорит...*
- *Я не узнал Вас.*
- *Я не узнал Ваш голос.*

Информация об отсутствии абонента:

- *Его/её нет*
- *Его/её нет сейчас*
- *Он/она вышла (ушел/а)*
- *Он/она будет (придет) позже*

- *Вы (Ты) можете (можешь) перезвонить позже?*
- *Не могли бы Вы перезвонить позже?*
- *Вы можете перезвонить через час?*
- *Не могли бы Вы перезвонить через час?*
- *Вас не затруднит перезвонить позже?*
- *Вам не трудно будет позвонить позже?*

Сообщение об звонившем лице:

- *Др. Белл звонил Вам (тебе)*
- *Вам (Тебе) звонил Джек и просил, чтобы Вы (Ты) к нему перезвонил(и)*
- *Вас просили перезвонить в министерство в четыре часа*
- *Звонил Том и сказал, что перезвонит вечером*
- *Тебе кто-то звонил (но не представился)*

Просьба передать информацию:

- *Передайте, пожалуйста, что звонил Марк*
- *Передайте, пожалуйста, что звонил Др. Белл*
- *Передайте, пожалуйста, чтобы он/она перезвонил/а к Др. Беллу*
- *Простите, я перезвоню позже (еще)*

Привлечение внимания:

- *Извините, Вы не скажете...?*
- *Извините, не могли бы Вы сказать...?*
- *Простите, Вы случайно не знаете...?*
- *Будьте добры... (будьте любезны...)*
- *Не будете ли Вы так любезны сказать...?*
- *Вы не можете (сказать)...?*
- *Не можете ли Вы (сказать)...?*
- *Не могли бы Вы (сказать)...?*
- *Вас не затруднит (сказать)...?*
- *Вам не трудно (сказать)...?*
- *Можно Вас спросить?*
- *Можно задать вопрос?*
- *Разрешите (Вас) спросить?*

- *Можно Вас (Тебя) на минутку?*

Помехи:

- *Нас прервали*
- *Нас разъединили.*
- *Плохо слышно, я перезвоню.*
- *Положите трубку, я перезвоню.*
- *Перезвоните мне, пожалуйста.*

☺. *Уточните время встречи. Уже поздно и Вам необходимо позвонить партнеру домой.*

☺. *Перескажите текст на польском языке:*

Разговор с клиентом

Десять заповедей телефонного агента

1. Правило 20/80. Это означает, что 80% времени вы должны слушать, а говорить - лишь 20%. На вступительную речь вам дается, как мы уже говорили, 45 секунд. Дальше ваша задача - слушать и запоминать проблемы и нужды клиентов. Тогда у вас появится отличный повод предложить клиенту заключить с вами договор, который как раз и поможет ему решить названные проблемы и удовлетворить свои потребности.
2. Если хотите выглядеть по-деловому, никогда не задавайте общих вопросов - о погоде или *Как у Вас дела?*. Уместно ли спрашивать о погоде собеседника, который находится на расстоянии 20 км от вас? Готовы ли вы ближайшие полчаса посвятить выслушиванию рассказов о чужих проблемах?
3. Избегайте запинок, говорите конкретно, точно, соблюдайте нужную интонацию. Не забывайте улыбаться! Нужно говорить не слишком медленно и не слишком быстро, не слишком громко и не слишком тихо. Вы должны быть уверены, что вас хорошо слышат и понимают. Научитесь чувствовать, когда нужно сделать паузу в разговоре. Телефонные агенты работают гораздо эффективнее, когда они умеют молча ждать ответа и вовремя вешать трубку.
4. Не расстраивайтесь, если попадаете на автоответчик. Ваша цель - добиться ответного звонка, и чуть позже мы поговорим о том, как это сделать.

5. Не торопитесь отсылать клиенту информацию по первой же просьбе, если он толком не знает, что ему нужно. В большинстве случаев за просьбой прислать информацию стоит просто желание, чтобы вы отстали. Однако существуют самые разные способы использовать эту просьбу в своих интересах. Можно ничего не высылать, а просто позвонить через неделю и спросить, дошла ли информация. Обычно клиент отвечает на ваш вопрос и продолжает разговор. Можно отвезти проспекты лично, мотивируя это тем, что они требуют пояснений, - вот вам и встреча с клиентом, которой вы добивались.

6. Правильно отвечайте на возражения (ниже мы расскажем, как это делается).

7. Не позволяйте себе неуважительных замечаний по отношению к конкурентам. Серьезные люди предпочитают не работать с теми, кто, пытаясь склонить к сотрудничеству с собой, указывает на недостатки других. Клиент выбирает партнеров с позитивным настроем - так учат своих торговых представителей крупнейшие компании, в частности, «Кодак».

8. Работая в телефонном маркетинге, нельзя пропускать ни дня. Пропуская один день в неделю, вы отстанете настолько, что не будет смысла даже пытаться наверстать упущенное. Никогда не переставайте звонить новым людям - это единственный способ приобрести новых клиентов.

9. Никогда не предлагайте свою фирму в качестве поставщика «на крайний случай». Вы должны убедить клиента, что ваша фирма - лучше всех. Опыт показывает, что никто и никогда не обращается к помощи поставщиков, оставленных «на крайний случай».

10. Не давайте слишком много информации по телефону. Помните о своей главной цели. Если вы хотите получить заказ и вам задали вопрос, на него нельзя не ответить. А если ваша цель - назначить встречу, лучше использовать ситуацию в своих интересах. Попытайтесь убедить клиента, что его вопрос решаем, и ваш представитель сможет все это объяснить при личной встрече.

☺. Прочитайте диалог. Составьте собственный, но откажите во встрече.

- Доброе утро. Господина Новикова, пожалуйста!
- В данный его нет на месте. Кто говорит?
- Это Владимир Рудницки. Я получил письмо от господина Новикова, в котором он просит меня связаться с ним по телефону, чтобы договориться о деловой встрече.
- Понимаю. У господина Новикова обеденный перерыв, но он скоро должен прийти.
- Когда Вы советуете мне позвонить ему снова?
- Он обычно возвращается в офис в два часа. Может быть, я лучше попрошу его позвонить Вам? Какой Ваш номер телефона?
- 296-30-32 добавочный 12.
- Спасибо, господин Рудницки. Как только он вернется, он Вам позвонит.
- Спасибо.
- До свидания.

☺. Перескажите текст на русском языке:

W sprawach służbowych wolno dzwonić do domu wyłącznie wtedy, gdy zostaniemy do tego upoważnieni.

Jeśli nie zostały wyznaczone określone zasady, to należy pamiętać, iż nie dzwoniemy:

- między 20.00 a 9.00 rano,
- w weekendy i święta,
- w zwyczajowej porze posiłków,
- w czasie ważnych meczy, głównego dziennika, popularnych seriali.

👉 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

11 сложных случаев разговора по телефону

Разговор прервался: кто должен перезвонить?	Тот, кто позвонил: он знает, как Вас найти. Соблюдение этого принципа позволит Вам не перезванивать друг другу одновременно
Ответ требует времени: кто должен перезвонить?	Если Вы заинтересованы в ответе, то перезвонить должны Вы. В остальных случаях все определяется конкретной ситуацией.
Неудавшаяся встреча	Во время последней встречи между Вами произошло недоразумение. Если Вы были неправы, просто

	извинитесь. Если это была не Ваша ошибка, укажите на это собеседнику, не настаивая.
Шутник	Отнеситесь к нему серьезно. В реальной жизни порой происходят весьма странные истории.
Болтун	Не поощряйте его, слушайте молча; болтуны боятся молчания, они тут же спрашивают: Вы меня слышите?. Вы сразу же отвечаете: Да , коротко повторяете все сказанное и очень вежливо прощаетесь.
Собеседник торопится	Быстро изложите цель Вашего звонка и договоритесь о времени, когда Вам лучше перезвонить.
Иностранец	Вы плохо поняли, что он хотел сказать. Включите воображение, переформулируйте его слова, делая предложения, которые он должен подтвердить или опровергнуть. Если собеседник говорит на неродном языке, используйте простые обороты. Не обращайтесь с ним как с ребенком.
Невозможно определить, кто звонит: мужчина или женщина	Вы обратились к мужчине мадам или наоборот. Осознав свою ошибку, обратитесь, как полагается. Не извиняйтесь: слишком поздно.
Руководитель высокого ранга	Будьте естественны, Вашей главной заботой должно быть качество информации, которую Вы передаете или получаете.
Незнакомец	Ваш собеседник Вас знает (или Вам кажется, что знает), но Вы его не узнаете. Постарайтесь получить у него информацию, задавайте вопросы.
Автоответчик	Это вовсе не сложная ситуация! Небольшая подготовка позволит Вам всегда оставлять четкое сообщение. Это наиболее быстрый способ установить личный контакт.

 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Как мы говорим и молчим

В Европе американцев осуждают за их манеру говорить слишком громко. Эта их черта рождена тем обстоятельством, что очень часто для общительных американцев не имеет значения, слушают ли их речь или нет. Для них гораздо важнее показать свою компетентность и открытость. В отличие от них англичане, придерживаются совершенно другой точки зрения: они считают, что не следует вмешиваться не в свои дела. Поэтому у них особенно развита способность направлять свою речь прямо на нужного партнера и при этом учитывать не только уровень шума, но и расстояние.

Весьма важную роль в коммуникации играет молчание. Американцы не выносят длительных пауз и всегда пытаются заполнить их говорением. Поэтому, когда иностранные бизнесмены едут в США, чтобы получить необходимую информацию их инструктируют: дайте затяжные паузы – и американцы вам сами все скажут.

В межкультурной коммуникации важное значение имеет интонация. В европейских языках значимая информация выделяется при помощи контрастного ударения. В южноазиатских языках, наоборот, новая информация сообщается тише, чем уже известная.

Различается и скорость речи. Финны говорят относительно медленно и с длинными паузами. Эта языковая особенность создала им имидж людей, которые долго думают и неторопливо действуют. Быстро говорящие культуры представляют носители романских языков, которые практически не делают между отрезками речи.

По материалам: Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., *Основы межкультурной коммуникации*, „Юнити”, Москва 2003.

☺. Составьте диалоги, в которых Вы – секретарь.

1. Позвоните г-ну Ковалеву и сообщите, что директор сможет принять его завтра в 10 ч.
2. Вам звонит партнер из Москвы. Директор занят. Попросите партнера перезвонить через 30 минут.
3. Попросите собеседника говорить помедленнее.

👉 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Вы уверены, что умеете правильно и корректно говорить по телефону?

Давайте рассмотрим, как нужно вести деловой разговор по телефону и какие существуют правила делового этикета.

Российская практика делового общения показывает, что при разговоре по телефону наиболее отчетливо проявляются скверные манеры служащих. Руководство иностранных фирм добивается от подчиненных четкого соблюдения норм делового этикета и, в частности, умения разговаривать по телефону.

При общении по телефону деловой партнер не видит, как выглядит сотрудник фирмы, во что он одет и выражения его лица, он может лишь оценить, насколько любезно и тактично с ним говорят, желают ли ему помочь или нет.

Что такое правильная речь? Это сочетание правильного тона, артикуляции, произношения, громкости и четкого подбора слов. Речевой этикет не допускает нецензурных выражений. Даже если Вы очень расстроены или сердиты, необходимо уметь сдерживать себя.

Так как же правильно вести деловой разговор по телефону? Рассмотрим несколько типичных ситуаций.

1. Итак, звонит телефон и Вы должны снять трубку. Лучше всего делать это после второго звонка, а не после четвертого или пятого. По скорости реакции на звонок клиент будет судить о вашей степени заинтересованности.
2. При ответе на звонок Вы обязаны поздороваться в любой дружественной форме, а затем назвать свою фирму и фамилию. Если эти сведения не сообщаются, то происходит одно из грубейших нарушений делового этикета.
3. Скорость информации должна быть удобной для собеседника.
4. Полезно прибегать в разговоре с клиентом к следующим фразам: "Чем я могу Вам помочь?" или "Могу ли быть Вам полезен?".
5. Если нужный сотрудник отсутствует, необходимо вежливо извиниться и указать время, когда он будет на месте.
6. В телефонных разговорах следует избегать следующих выражений: "Привет", "Говорите", "Все обедают", "Никого нет", "Пожалуйста, перезвоните", "Я не знаю", "Мы не можем этого сделать", "Вы должны", "Подождите секундочку, я скоро вернусь".
7. Ваша деловая беседа по телефону не может сопровождаться прихлебыванием чая или жеванием резинки. Если вы чихнули, следует извиниться перед собеседником.
8. Если телефон звонит в то время, когда Вы говорите по другому телефону, то следует снять трубку, сообщить собеседнику, что Вы заняты и выяснить у второго собеседника, будет он ждать окончания первого разговора или Вы перезвоните ему через некоторое время.
9. Если разговор затягивается, то необходимо периодически спрашивать у собеседника: "Есть ли у вас время для продолжения разговора?".
10. Крайне важно вежливо закончить разговор. Можно воспользоваться следующими фразами: "Простите, что вас прерываю, но я боюсь опоздать на заседание", "Очень приятно с Вами беседовать, но я обязан позвонить в другую организацию. Могу ли я позвонить вам позже?"
11. Если беседа с деловым партнером прошла конструктивно, то ее необходимо завершить соглашением о дальнейшем сотрудничестве.
12. Как нужно поступить, если вы беседуете с посетителем и в это время раздается телефонный звонок. По правилам этикета не следует прерывать беседу телефонными разговорами. Необходимо сначала извиниться перед посетителем, снять трубку, поздороваться, сообщить название организации, свою фамилию и, извинившись, указать, что ведете беседу с посетителем и договориться о переносе разговора.

Теперь рассмотрим обратную ситуацию, когда Вы выступаете в качестве клиента

1. Вы звоните в удобное для Вас время и не стоит обижаться, когда Вы слышите после обычных приветствий что-то вроде "Я сейчас крайне занят, прошу перезвонить через определенный промежуток времени".

2. Jeśli wy dzwonicie człowieku, tryb pracy którego Wam nieznany, należy zainteresować, czy ma on czas na rozmowę z Wami.
3. Jeśli osoba, której wy dzwonicie, nie jest na miejscu, należy poprosić o przekazanie rozmówcy, że wy dzwoniliście i wskazać, po jakiej linii i w jakim czasie można łatwo znaleźć.
4. Jeśli nastąpią długie telefoniczne rozmowy, należy wyznaczyć ich na taki czas, który będzie wygodny dla waszej rozmówcy.
5. Jeśli wy umówiliście się o rozmowę z partnerem, to obietnicę należy wykonać. Zadzwońcie w pierwszej możliwości i nie później, niż w ciągu dnia, w przeciwnym razie wy grubo złamanie reguł biznesowej etykiety.

Ważne jest - należy być stale uprzejmym, życzliwym i miłym. Pamiętajcie o innych i sukces waszego przedsięwzięcia będzie gwarantowany.

☺. *Przejdźcie tekst na polski język:*

Żyjemy w czasach silnej konkurencji. W Polsce już sprzedają światowe korporacje, powoli wchodzi z towarami małe i średnie firmy. To właśnie te firmy, których nie stać na reklamę w środkach masowego przekazu, do promocji swoich produktów wykorzystują telefon.

Umiejętne korzystanie z telefonu jest doskonałym narzędziem promocji towarów. W każdej znanej mi kilkuosobowej firmie kanadyjskiej jest stanowisko telemarketingu. Osoby zatrudnione do promocji przez telefon powinny posiadać predyspozycje do tego zawodu. Znajomość produktu jest konieczna, natomiast poziom wykształcenia nie ma znaczenia. Celem osoby dzwoniącej jest nawiązywanie coraz ściślejszych relacji z potencjalnymi klientami, pozyskiwanie informacji, wprowadzanych po rozmowie do komputera, systematyczne ponawianie telefonów, a przede wszystkim umawianie spotkań dla handlowców. Często, ze względu na znaczne obciążenie psychiczne, pracownicy telemarketingu pracują na pół etatu.

Telefon jest popularnym, wygodnym i niezawodnym środkiem porozumiewania się. Umożliwia szybki kontakt z ludźmi oddalonymi o setki kilometrów. Telefon jest niesłychanie przydatnym narzędziem w procesie poszukiwania pracy. Może służyć przede wszystkim do odpowiadania na ogłoszenia prasowe i do przeprowadzania rozmów z wybranymi firmami na temat ewentualnych miejsc pracy. Telefoniczne poszukiwanie pracy pozwala na nawiązanie bardziej bezpośredniego kontaktu i uzyskanie szybszej odpowiedzi niż w przypadku listu. Ponadto, co jest szczególnie istotne, rozmowa telefoniczna - jeśli jest odpowiednio prowadzona - umożliwia (nawet jeśli wolnych stanowisk nie ma) na

zdobycie informacji na temat prawdopodobieństwa pojawienia się ich w przyszłości. Nie wolno jednak zapominać, że rozmowa telefoniczna ma jednak swoje wady i ograniczenia. Dlatego skuteczne posługiwanie się telefonem wymaga znajomości pewnych reguł, określających kiedy i w jaki sposób warto z niego korzystać. Nawet jeśli często używamy telefonu, to w sytuacji, kiedy poszukujemy pracy powinniśmy przestrzegać kilku ważnych zaleceń:

- telefonujemy ze spokojnego miejsca, gdzie nikt nam nie będzie przeszkadzał;
- jeśli korzystamy z automatu telefonicznego, powinniśmy zaopatrzyć się w odpowiednią ilość żetonów;
- powinniśmy położyć ogłoszenie przed sobą i podkreślić nazwisko osoby, z którą chcemy rozmawiać;
- przygotujemy długopis i papier na notatki (godziny, daty, nazwiska i adresy);
- powinniśmy mieć przed sobą kopię swojego życiorysu - możemy być pytani o szczegóły dotychczasowej pracy;
- przygotujemy swój kalendarz, żeby móc szybko dać odpowiedź na temat terminu ewentualnej rozmowy wstępnej;
- jeśli ogłoszenie ma numer firmowy, podajmy go;
- zastanówmy się wcześniej, co chcemy powiedzieć w czasie rozmowy;
- powinniśmy być przygotowani na konieczność pozostawienia informacji w automacie zgłoszeniowym - wiele firm używa ich w trakcie rozsyłania formularzy zgłoszeniowych, należy więc być przygotowanym na to, by pozostawić krótką informację;
- gdy okaże się, że nie ma już wolnego miejsca pracy, nie odkładajmy słuchawki; zapytajmy o nasze szanse w przyszłości i o to, czy możemy zadzwonić za jakiś czas, żeby to sprawdzić (nie mamy przecież nic do stracenia!);
- nie zapomnijmy podziękować rozmówcy.

Источник: <http://www.umysl.pl/samorealizacja/139.php>

✎ ТАК ГОВОРЯТ ПО-ПОЛЬСКИ!

Firma „Okno”, słucham!

Sekretariat Dyrektora...

Mówi sekretarka Dyrektora „Interlasu”, Maria Kowalska

Kto mówi?

Pan Dyrektor jest w tej chwili bardzo zajęty. Przeprasza i prosi o telefon ... (jutro)

Proszę zostawić swój numer telefonu.

Skontaktujemy się z Panem.

Przepraszam, ale muszę odebrać następny telefon.

Do widzenia!

Czy Panu nie przeszkadzam, Panie Dyrektorze?

Bardzo mi przykro Panie Dyrektorze. Zadzwoń do Pana później.

Kiedy mogę zatelefonować zbytnio nie przeszkadzając: jutro po południu, czy w środę rano?

Dziękuję za rozmowę.

Przepraszam, że Panu przeszkodziłem.

Do zobaczenia w środę Panie Dyrektorze.

Myśli Pan, że było by możliwe ... ?

Proszę mi wybaczyć, ale niedokładnie zrozumiałem Pana nazwisko ...

Jeśli dobrze zrozumiałem nie jest Pan ...

☺. Объясните по-русски, в каких ситуациях можно употребить вышеуказанные конструкции.

👉 **ЭТО НАДО ЗНАТЬ!**

Pamiętaj o:

Przed wizytą u klienta upewnij się, czy Twoja osobista obecność jest konieczna. 75% spontanicznych wyjazdów okazuje się bezużytecznych.

Podczas rozmowy telefonicznej czas płynie wolno, dlatego rozmowy prowadź krótkie.

Rozmawiając przez telefon staraj się naśladować hostessę.

Podnosząc słuchawkę uśmiechnij się

Myśl o a - r - t - y - k - u - ł - o - w - a - n - i - u wyrazów

Mów wolno

Mów krótko:

Co Pani sądzi?

Nieprawdaż?

Nie jestem pewny czy Pana dobrze zrozumiałem ...?

Pokazuj, że słuchasz: *Tak, oczywiście, zrozumiałem.*

Wyjaśniaj to co mówisz - unikaj ciszy:

Żeby Panu odpowiedzieć dokładnie muszę skonsultować

Staraj się ograniczać ilość dokumentów wokół siebie.

Zawsze bądź gotowy do zanotowania informacji.

Twoja rozmowa musi mieć jasno określony cel. Na przykład chcesz uzgodnić godzinę spotkania: *To oczywiste ... Kiedy mógłbym zadzwonić nie przeszkadzając specjalnie?* Odp.? *Czy pomiędzy czternastą a piętnastą, Pani zdaniem, nie będzie zbyt zajęty?* Odp.: *to dobra godzina. Dziękuję Pani bardzo. Czy mogłaby Pani uprzedzić go o moim telefonie? Proszę mu powiedzieć, że Pan X z firmy Y zatelefonuje jutro pomiędzy 14.30 a 15. Przypominam moje nazwisko ...*

Zalecenia dotyczące telefonowania spekulatywnego

Każdy może zadzwonić do dowolnej firmy i zapytać, czy mają wolne miejsce pracy. W dziewięciu przypadkach na dziesięć otrzyma odpowiedź "nie". Spekulatywna rozmowa telefoniczna oznacza o wiele więcej niż tylko jedno pytanie. To umiejętność, którą trzeba rozwijać i ćwiczyć. Po dobrym opanowaniu jest to jedna z najskuteczniejszych metod uzyskiwania zaproszeń na rozmowy wstępne. Pamiętajmy, że celem spekulatywnej rozmowy telefonicznej jest właśnie zdobycie zaproszenia na rozmowę, a nie zdobycie samej pracy. Najważniejsza różnica między zwykłą rozmową na temat ogłoszenia a rozmową spekulatywną polega na tym, że tę ostatnią kontrolujemy my. Gdy dzwonimy w sprawie ogłoszenia, stroną kontrolującą jest pracodawca; spodziewa się tej rozmowy i wcześniej przygotowuje pytania. Nie ma natomiast tej możliwości, jeśli telefonujemy spekulatywnie. Początkowo pracodawca nie wie nawet, kim jesteśmy i dlaczego dzwonimy. Mamy zatem szansę przejścia inicjatywy i kierowania rozmową. Powinniśmy wybrać możliwie najlepszą porę dnia, aby zatelefonować. Unikajmy przerw śniadaniowych, wczesnych godzin porannych i późnych godzin popołudniowych.

Zalecenia dotyczące spekulatywnej rozmowy telefonicznej:

- Wcześniejsze przygotowanie życiorysu, papieru i długopisu;
- Przemyślenie pierwszego zdania rozmowy, dotyczącego naszych kwalifikacji i doświadczenia zawodowego;
- Zdobycie nazwiska osoby odpowiedzialnej za przyjmowanie do pracy ludzi o naszym profilu zawodowym
- Znajomość tego nazwiska dowodzi, że nie tracimy czasu na rozmowy z kimś, kto nie jest w stanie udzielić nam kompetentnej odpowiedzi. Wymienienie nazwiska rozmówcy sprawia dobre wrażenie także na nim samym. Jeśli nie znamy tego nazwiska, zadzwońmy wcześniej do firmy i zapytajmy o nie.
- Poprośmy o połączenie z tą osobą. Jeśli jej nie ma lub nie jesteśmy przygotowani do rozmowy, powinniśmy zadzwonić później.

Dotarcie do właściwej osoby

Jeśli sekretarka firmy zapyta o przyczynę, dla której dzwonimy, rozsądnie jest odpowiedzieć, że chodzi o sprawy rekrutacji do pracy lub że chcemy omówić szczegóły osobiście z osobą zajmującą się sprawami kadrowymi. Nie mówmy od razu, że szukamy

pracy lub chcemy się dowiedzieć, czy firma ma wolne miejsca pracy - odpowiedź będzie na pewno negatywna i rozmowa się zakończy. Jeśli osoba, której szukasz, jest zajęta lub nieobecna, zapytajmy, kiedy możemy zadzwonić ponownie - nie należy prosić o połączenie z kimś innym.

Przedstawianie się

Pamiętajmy, że celem rozmowy spekulatywnej jest takie zainteresowanie pracodawcy, żeby zechciał spotkać się z nami i dowiedzieć się o nas więcej. Najpierw należy zwrócić się do rozmówcy po nazwisku, następnie przedstawić się i przejść do fazy wstępnej. Powinniśmy krótko przedstawić swoje mocne strony i kwalifikacje, doświadczenie zawodowe i zdolności. Musi to brzmieć interesująco.

Wyjaśnienie rozmówcy przyczyny tego, że dzwoniemy

Nie powinniśmy nigdy mówić, że dzwoniemy przypadkowo lub że znaleźliśmy nazwę firmy w katalogu branżowym. Nie pytamy bezpośrednio, czy firma ma wolne miejsca pracy. Odpowiedzią będzie prawdopodobnie "nie" - i koniec rozmowy. Zamiast pytać o wolne stanowiska, używajmy raczej frazy "możliwości zatrudnienia". Różnica jest niewielka, ale prawdopodobieństwo negatywnej odpowiedzi zmniejsza się i w ten sposób uzyskujemy możliwość kontynuowania rozmowy.

Bycie wytrwałym

Jeśli pracodawca nie ma wolnych miejsc, zapytajmy o przyszłe możliwości. Niewielu pracodawców jest w stanie stwierdzić, że nigdy nie będą potrzebować pracowników. Nie zawsze możliwe jest uzyskanie zaproszenia na rozmowę. Nie znaczy to jednak, że szansa została zmarnowana:

- *Czy mogę przesłać Panu mój życiorys na wypadek, gdyby pojawiły się możliwości zatrudnienia?*
- *Czy zna Pan inne firmy, w których istnieją możliwości zatrudnienia?*
- *Czy mogę zadzwonić za kilka tygodni?*

Uprzejme i konkretne zakończenie rozmowy

Powinniśmy podziękować rozmówcy i powtórzyć ustalenia. Jeśli pracodawca chce dostać nasz życiorys, należy wysłać go natychmiast wraz z listem towarzyszącym, w której przypomnimy o przeprowadzonej wcześniej rozmowie.

Nie zniechęcanie się

Nie każda taka rozmowa przynosi pozytywne wyniki - musimy próbować do skutku. Najgorszą rzeczą, jaka może się nam przytrafić, jest negatywna odpowiedź pracodawcy. Jeśli dobrze opanujemy tę technikę, nasze szanse niezwykle wzrosną.

**СЛОВА, СЛОВСОЧЕТАНИЯ
И ЯЗЫКОВЫЕ КОНСТРУКЦИИ**

Работа

агентство-работодатель
аккордная оплата труда
биржа труда
брать отпуск
вакантная должность
вакантное место
ведение переговоров
вознаграждение
вступить в должность
выйти в отпуск
выслуга лет
выходное пособие
дата поступления на работу / увольнения с работы
дать пособие
договор на неопределенное время / на определенный срок
завод: машиностроительный / перерабатывающий
заключать / расторгнуть трудовой договор
заполнить анкету
зарплата: гарантированная, номинальная, реальная
заявление директору
знание нескольких иностранных языков / законодательства
исполнять служебные обязанности / поручения
кандидат на должность
конкурс на соискание должности
круг обязанностей
надбавка к заработной плате: за стаж работы / за выслугу лет
надеяться на получение положительного ответа
неосновательное увольнение
оклад
оконченные курсы
освободить от должности
ответственность
отказ в приеме на работу
отклонить кандидатуру
отпуск: внеочередной / бессрочный / декретный / по болезни

отсеивать кандидатов
оценка квалификаций
побеседовать лично
повысить / понизить зарплату
подбирать специалистов
последнее место работы
пособие: по безработице / семейное
предлагаемый уровень заработной платы
предложить свою кандидатуру
прибавка к зарплате
приглашение на собеседование
присвоенная квалификация
произвести впечатление
пройти по конкурсу
работать не- / легально
сверхурочная работа
система премирования
содержать семью
срок испытания
считать каждую копейку
уволить
уровень безработицы
устроиться на работу
ходатайствовать о получении должности

Предприятие, фирма

администрация
акционерное общество – АО
акционерное общество закрытого типа – АОЗТ
акционерное общество открытого типа – АООТ
ассоциация
банкрот
банкротство
бухгалтерия
вице-президент
внешнеторговое объединение – ВО
выписка из торгового реестра
директор: коммерческий / финансовый / по развитию / по рекламе / по кадрам / по внешнеэкономическим связям
дирекция

доход: валовой / годовой / чистый
дочернее общество
единоличное предприятие
заведующий (чем?) отделом
задолженность
заместитель директора по: кадрам / сбыту / экспорту
занесение в учет
зачислять (кого?) в штаты
и.о. директора – исполняющий обязанности
командитное общество
коммерческий директор
консорциум
концерн
кооператив
малое предприятие – МП
менеджер
местонахождение
наблюдательный совет
направление деятельности
начальник
неплатежеспособность
оборот: годовой / торговый
общее собрание
общество с ограниченной ответственностью – ООО
объявить предприятие банкротом
оказывать: помощь / услуги / поддержку / содействие
основать свое дело
осуществлять: контроль / подготовку / посредничество
отдел кадров / маркетинга / труда и заработной платы / экспорта и импорта
отказ в регистрации
пайщик
повышение по службе
подача документов
предприниматель
предприятие: многопрофильное / производственное / специализированное /
частное / государственное / муниципальное / индивидуальное
прибыль: годовая / чистая / банка
производить: машины / пластмассы / технику / обувь
работник предприятия
работодатель
руководить фирмой

система поощрения

совместное предприятие – СП

сокращение штатов

товарищество: простое / смешанное / полное

торговое общество

устав

учредитель

учредительные документы

учредительный договор

учредить / основать фирму

фирма занимается (чем?): изготовлением предметов домашнего обихода / импортом мебели / обменом валюты / обслуживанием туристов / обучением

менеджеров / организацией деловых встреч / поставкой товаров / продажей оргтехники / производством автомобилей / разработкой компьютерных программ /

ремонтom телевизоров / торговлей в кредит / торговлей мехами

фирма специализируется (на чём?): на оказании услуг / на производстве... / в

области маркетинга

фирма входит в состав корпорации

холдинг

шеф

концерн / кооператив создан... / фирма / компания / ассоциация / корпорация
создан / основана / организована / образована / зарегистрирована

общество / объединение / предприятие создано / основано...

офис / филиал открыт...

контора открыта...

бюро / представительство открыто...

Каков статус фирмы?

Когда и где была основана?

Каковы направления деятельности?

Какова структура фирмы, имеет ли филиалы?

Какие отделы есть в Вашей фирме?

Каковы основные показатели деятельности?

Когда Ваша фирма вышла на российский рынок?

С какого года Вы работаете в России?

Простите, Вы из какой фирмы?

Простите, какую фирму Вы представляете?

Интересы какой фирмы Вы представляете?

На чём специализируется Ваша фирма?

Какая у Вас должность?

Какую должность он занимает?

Банки

активы банка

банк: государственный / депозитный / инвестиционный / ипотечный /

коммерческий / ссудный / кредитный / эмиссионный / центральный

банкомат

братъ займы

вкладчик

выдавать ссуды

выдача денег

гарант

заемщик

заполнить бланк

инвестирование

инкассирование

исчислять проценты

комиссионер

комитент

консультирование

кредит: ипотечный / краткосрочный / среднесрочный / долгосрочный

кредитование

кредитор

обслуживание: кассовое / кредитно-кассовое / расчетное

открытие и ведение счетов

пассивы банка

перевод денег

предоставить кредит

прием вкладов

процент по вкладам

счет

хранение резервов / ценностей

Деньги

банкнота

валюта: не-/конвертируемая / отечественная / твердая

девальвация денег

деньги: безналичные / „грязные” / бумажные / мелкие / фальшивые

кредитная карточка

купюра

мелочь

монета
монетный двор
обмен валюты
чеканить монеты

Биржа и ценные бумаги

акция: именная / обыкновенная / не предъявителя / привилегированная
андеррайтер
бесса
биржа: товарная / валютная / фьючерсная / фондовая
биржевая: операция / сделка / паника / пошлина / сессия / цена / яма
биржевик
биржевой совет
боны казначейские необращающиеся / обращающиеся
брокер
брокеридж
„бык”
варрант
ваучер
векселедатель
вексель: банковский / безденежный / датированный / именной / казначейский /
непокрытый / погашенный
верселедержатель
джоббер
дивиденд
дилер
играть на бирже
играть на повышение / не понижение
котироваться на бирже
котировка
котировщик
лот
маклер
маклер
„медведь”
облигация: государственная / муниципальная
опцион
сделка-спот
сертификат: акций / сберегательный
стокброкер
торги

форвардная сделка
фьючерсная сделка
хеджер
хеджирование
ценные бумаги
чек: акцептированный / аннулированный / именной / непокрытый
эмитент

Ярмарки и выставки

выставка: всемирная / отраслевая
выставочный центр
павильон
посетитель
представлять продукцию
смотреть
стенд
трейд-шоу
экспозиция

Скажите, пожалуйста, с кем я могу поговорить об организации выставки?

По этому вопросу Вам нужно обратиться к директору.

Простите, Вы не знаете, к кому я могу обратиться по вопросу организации выставки?

Товар и его упаковка

ассортимент
банка: жестяная / стеклянная
бутылка: разового пользования / необратная / пластмассовая
бутыль
держат марку
знак качества / торговый / товарный / фирменный
качество товара
контейнер
коробка
марка
марочный товар
недоброкачественный товар
охрана товарного знака
пакет
пользоваться марочным названием

продукт: отечественный / скоропортящийся

продукты: пищевые / первой необходимости / местного производства

товар: сезонный длительного пользования / дешевый / малоходный

упаковка: транспортная / внешняя

штриховой код

эмблема

этикетка

ярлык

ящик

Упаковка товара должна обеспечить его сохранность при перевозке...

(что?) упаковывается в картонные коробки / деревянные ящики / контейнеры

Упаковка – насыпью.

Ящик высотой (в) 1 м 20 см

Контейнер объемом 5 куб. м

Продукция этой фирмы пользуется спросом / успехом / популярностью.

Каким требованиям должна соответствовать продукция?

Цена

зависить цену

изменить цену

наценка на (что?) кофе

повысить цену

рост цен

скачки цен

скидка: за количество / за платеж наличными / с цены / сезонная

установить цену

уценка товара

цена: высокая / исходная / минимальная / отпускная / повышенная / продажная

Цена понимается франко-вагон пограничная станция / российско-польская граница / государственная граница

Цена / Цена партии составляет ам. долларов / Евро за включая упаковку / комплект запчастей

Общая стоимость всей партии товара составляет.....

Условия поставки

базисные условия поставки

брать на себя расходы

в указанные сроки

выполнить обязательства

гарантийный срок
доставить до пограничного пункта
извещать об отгрузке
изменение условий
нести все расходы / ответственность
оплатить разгрузку товара
осуществить поставку
отгрузочные реквизиты
предоставить в распоряжение
принять товар
продлить срок
удостоверение и происхождении товара
Товар будет поставлен в ... квартале г.
Товар будет поставляться равными партиями поквартально в течениег.
Поставка будет произведена / будет производиться в / ежемесячно / ежеквартально
Товар будет отгружаться в течение....
Срок поставки: квартал / 1 месяц со дня получения заказа / открытия аккредитива

Платеж

аванс
аккредитив: безотзывный / наличный / стэнд-бай
валюта платежа
взыскать / осуществлять платеж
график платежей
инкассо
клиринг
неоплата
оплачивать по прејскуранту
перевести аванс
платежное поручение
платежное средство
плательщик
платить при поставке
предоплата
причитающаяся сумма
соблюдать условия платежа
счет
форма расчётов

Платёж производится / должен производиться через банк страны экспортёра / посредством / инкассо / в форме аккредитива / наличными

Условия платежа – наличный счет

Платёж производится против отгрузочных документов / следующих документов...

Мы предлагаем следующую схему платежей: предоплата 10% от общей стоимости поставляемого товара, 90% - в форме инкассо в течение 7 дней с даты получения товара.

Торговля

ассортимент

магазин: сниженных цен / товаров повседневного спроса / специализированный / хозяйственных товаров / самообслуживания

операция: экспортная / импортная / реэкспортная / бартерная

оптовик

оптовый склад

покупатель

продавать оптом / в розницу

продавец

продажа в кредит / в рассрочку

склад

совершать покупки

торговля: оптовая / розничная / по заказам / с заказом на почте / по телефону (телефаксу) / с помощью автоматов

торговый оборот

Продаем / покупаем по / низким / договорным / рыночным / биржевым / самым низким в Польше ценам // по ценам ниже / выше рыночных

Инвестиции

амортизационные отчисления

арендодатель

вложить капитал

затраты

изъять из оборота

инвестиционный проект

иностранная инвестиция

иностранный инвестор

интеллектуальная собственность

объем инвестиций

осуществлять инвестиции
правоспособность
предусмотреть законодательством
приоритетный инвестиционный проект
прямая иностранная инвестиция
реинвестирование
срок окупаемости инвестиционного проекта

Таможня

беспошлинный ввоз
декларант
декларировать
личный досмотр
пересечение границы
право на ввоз / вывоз товаров
таможенная: декларация / очистка / пошлина
таможенник
таможенный: орган / склад / тариф
Ваши паспорта!
Где Ваш багаж?
Откройте, пожалуйста, чемодан!
Предъявите для контроля вот эту сумку.
Есть ли у Вас вещи подлежащие обложению пошлиной?
Сколько алкоголя / сигарет Вы везете?
Это провозить нельзя.
Этот чемодан поставьте в камеру рентгеновского аппарата.
За это надо уплатить пошлину. Пошлина составляет...
Вы не указали в таможенной декларации, из скольких мест состоит Ваш багаж, а также не заявили, имеете ли рубли и иностранную валюту.
Сувениры пропускаются беспошлинно.
Вы имеете предметы, принадлежащие другим лицам?
Вот мой паспорт.
Это мои личные вещи, а это подарки.
Мой багаж состоит из двух чемоданов и одной сумки.
Все находящиеся в моем багаже вещи предназначены для личного пользования.
У меня нет вещей подлежащих обложению пошлиной.
Нужно ли уплатить таможенную пошлину за эти вещи?
У меня блок сигарет, бутылка водки... у меня лицензия на...
Где я могу реализовать чек?
У меня нет ничего для декларирования.
У меня 1.000 американских долларов.

Переговоры

Начало переговоров:

Давайте начнем переговоры!

Давайте приступим к делу!

С чего мы начнем?

Что у Вас на сегодня на повестке дня?

Прежде всего нужно обсудить (что?) ...

Предлагаю начать с (чего?) ...

Мы внимательно изучили Ваш запрос и хотели бы (что?) ...

Я уполномочен обсудить (что?) ...

Мы должны решить два вопроса: ...

Обсуждение количества товара:

Сколько (чего?) машин, руды Вы хотите купить?

Мы хотели бы закупить 20 машин.

Мы планируем закупить 500 тонн руды.

А как насчет остальных 40 штук?

Обсуждение условий поставки:

Когда Вы можете поставить товар?

Какой срок поставки Вы могли бы предложить?

Когда нужен товар?

Не можете ли Вы сократить срок поставки?

Мы могли бы поставить (что?) ... в течение (какого срока?) ... с даты ...

Можем мы получить (что?) ... немедленно со склада?

Как будет производиться поставка?

Мы поставим товар (сколькими?) тремя партиями по (сколько?) 20 штук.

Каждая поставка через ровные промежутки времени.

Переход на другую тему:

И еще один вопрос: ...

Давайте перейдем к следующему вопросу.

Как насчет (чего?) ...

Между прочим ...

Да, кстати ...

Если Вы не возражаете ...

Заполнение пауз неуверенности:

Видите ли, ...

Дело в том, что ...

Действительно, ...

Фактически, ...

Я хочу сказать ...

Как это выразить?

Я не совсем уверен, как выразить это ...

Обсуждение условий платежа:

Мы попросили бы Вас увеличить аванс до 50%.

Аванс в 10% совершенно недостаточен.

Вы должны открыть аккредитив в банке на сумму ...

Мы откроем аккредитив, как только получим уведомление о том, что товар готов к отгрузке.

Мы просили бы Вас продлить срок действия аккредитива.

Какую схему платежей Вы предлагаете?

Мы предлагаем следующую форму платежа: предоплата - 50%, 90% - в форме инкассо в течение 14 дней с даты получения товара.

Выяснение чьей-либо субъективной оценки:

Что Вы думаете о (чем?)...

Каково Ваше мнение о (чем?) ...

Я был бы рад узнать Вашу точку зрения о (чем?) ...

Высказывание субъективной оценки/собственной точки зрения:

(Лично) Я думаю / считаю ...

Мне кажется ...

С моей точки зрения ...

По моему мнению ...

Что касается меня ...

Я бы сказал ...

Считаю необходимым / полезным сделать (что-либо) ...

Я думаю (полагаю, считаю), что...

Я убежден, что...

По-моему...

На мой взгляд...

Мне кажется, что...

Ясно, что...

Я бы сказал, что...

Моя позиция (точка зрения) такая...

Я хотел бы сказать (заметить, отметить) следующее...

Хотелось бы высказать такую мысль...

Мне представляется (кажется, думается), что...

Я хочу сказать о том, что...

Мне хочется обратить Ваше внимание на...

Мне хотелось бы подчеркнуть, что...

Откровенно (честно) говоря...

Сказать правду, я...

Обсуждение цен:

Теперь мы можем начать переговоры по ценам.

Цена в нашей сфере может служить основой для переговоров.

Мы находим, что Ваша цена несколько выше по сравнению с ценами на мировом рынке.

Мы просим Вас предоставить нам 5% скидку с цены.

Цена включает стоимость упаковки, стоимость запчастей, расходы на перевозку и страхование.

Если мы согласны на вашу цену, сделка будет для нас нерентабельной.

Цена составляет за единицу / за штуку.

Уступки:

Мы можем договориться только путем взаимных уступок, не так ли?

Могли бы Вы пойти нам навстречу?

Если Вы готовы согласиться, мы пойдем Вам навстречу.

Согласие:

Мы совершенно согласны с Вами.

Договорились.

Хорошо. Остановимся на этом?

Пожалуй, это все.

Никаких возражений.

Не вижу причины, почему бы нам не ...

Мы можем считать, что вопрос решен.

Офис / Секретариат

бумага: для ксерокса / писчая / самокопирующаяся

вести документацию

видеопроектор

датер

дискета

дисплей (монитор)

дырокол

жесткий диск

заботиться о посетителе

калька

клавиатура

командировка

компьютерный стол

копир

корректирующая жидкость

ксерокс

ламинатор

мебель

мышь

ноутбук

ответ на телефонный звонок
папка для бумаг
передать по телефону
печатать
пользоваться сетью
приемная
принтер: струйный / цветной / лазерный
провести конференцию
редактирование документов
сделать ксерокопию
сейф
сканер
скоросшиватель
скрепка
стенографирование
степлер
тонер
файл
электронная почта
Можно?
Можно войти?
Разрешите войти?
Я могу пройти к директору?
Пожалуйста.
Да, пожалуйста.
Входите, пожалуйста.
Я прошу Вас / Я хочу попросить Вас позвонить в рекламное бюро.
Я могу попросить Вас / Можно попросить Вас напечатать этот текст?
У меня к Вам просьба: / Я к Вам с просьбой: принесите последнюю корреспонденцию.
Я хочу поручить Вам составить рекламный проспект.
Я могу поручить Вам оформить эти документы?
У меня к Вам поручение: узнайте телефоны рекламного отдела.
Не забудьте, пожалуйста, позвонить нашим партнёрам.
Не волнуйтесь, позвоню.
Не беспокойтесь, я помню.
Простите, Вы по какому делу / вопросу пришли?

Транспортировка

авианакладная
букинг-лист

Вагон

вид транспорта

выгрузить товар

выгрузочная ведомость

габариты

груз: насыпной / наливной / негабаритный / скоропортящийся

грузовладелец

грузоотправитель

грузополучатель

демередж

диспач

загрузка вагона

застраховать груз

зафрахтовать судно

коносамент

контейнер

лайнер

маркировать товар

накладная: транспортная / железнодорожная / товарная

оплачивать перевозку

отгружать товар: наливом / насыпью

отгрузить товар

партия товара

перевозка

перегрузка

поставлять товар

сдача груза

СИФ – стоимость, страхование, фрахт

станция назначения

судно

тоннаж

транзит

транспорт: автомобильный / водный / железнодорожный / морской

упаковочный лист

фактура

ФОб аэропорт

Франко-получатель

Франко-склад

фрахт

Фри-элонгсайд

чартер

Страхование

аварийный комиссар
авиакаско
взимать страховые платежи
вносить страховой взнос
возмещать ущерб
выдавать страховой полис
выплата страхового возмещения
выплатить страховое возмещение / страховую премию
выплатить: денежное возмещение / страховую премию
договор страхования
застраховать (что?) имущество
заявление: о гибели застрахованного имущества / о страховании
объект / объем страхования
оплачивать полис
период страхования
полис: именной / на срок / оплаченный / разовый / страхования жизни
страхование: депозитов / жизни / имущества / квартир / личное / на случай смерти / от болезни / от кражи / от несчастных случаев
страхователь
страховой: акт / полис / инспектор / фонд / капитал / сертификат / взнос
страховщик

Налог

акциз
взимать налоги
вычитать налог из дохода
декларация о годовом доходе
заполнить декларацию
исчислять сумму налога
налог: с граждан / на граждан / на корпорацию / с оборота // на оборот / на добавленную стоимость / на прибыль / с продаж
налоговая: база / льгота / скидка
налоговая декларация / декларация о налогах
налоговое управление
налогообложение: двойное / личное / прямое
налогоплательщик
освобождение от налогов
подходный налог

пошлина
совокупный доход
ставка налога

Телефонный разговор

Это совместное предприятие „Аист”?

Это секретарь директора?

Простите, это господин/госпожа... ?

Да.

Да, Вы не ошиблись.

Совершенно верно.

Вы ошиблись.

Вы не туда попали.

Вам не трудно позвать ...?

Позовите...

Вы не можете попросить...?

Мне нужно...

Сейчас.

Сейчас он подойдет.

Подождите минутку!

Пожалуйста, не кладите/вешайте трубку!

Ждите у телефона!

С Вами говорит...

Я не узнал Вас.

Я не узнал Ваш голос.

Нас прервали

Нас разъединили.

Плохо слышно, я перезвоню.

Положите трубку, я перезвоню.

Перезвоните мне, пожалуйста.

С Вами говорит / Вас беспокоит коммерческий директор / генеральный директор

Секретариат «Интерлеса», доброе утро!

«Интерлес», добрый день!

Фирма «Интерлес», Ковальска Мария, добрый день!

Представьтесь, пожалуйста

Как Вас представить?

Рада Вас слышать, Борис Андреевич!

Чем могу Вам помочь?

Чем можем быть Вам полезны?

Я хотел бы поговорить с директором / представителем фирмы

Я Вас слушаю.

Слушаю Вас.

Я у телефона.

Пожалуйста, будьте добры / будьте любезны, передайте ему/ей, что звонил... / я позвоню позже / встреча переносится на...

Господин директор у себя? Он скоро придет / Подождите минутку..., Его сейчас нет / Он сейчас говорит по другому телефону.

Соедините меня, пожалуйста, с господином директором.

Извините, я могу поговорить с представителем фирмы?

Простите/извините, кто его спрашивает? / просит?

Вас (просят) к телефону!

Я позвоню Вам / Я буду звонить Вам сегодня / завтра / во второй половине дня.

Посещение фирмы

Я приглашаю Вас к нам в офис.

Спасибо. С удовольствием / С радостью приду./ Это было бы интересно! / С удовольствием!

Мне очень интересно увидеть Ваши фирменный магазин.

Я хочу пригласить Вас на наш завод.

Вы не хотите приехать к нам на фабрику?

Мы хотели бы посетить автомобильный завод / металлургический завод / текстильную фабрику.

Мы хотели бы пройти в механический цех / в сборочный цех.

Какую продукцию выпускает этот цех? / эта фабрика?

Нас интересуют последние разработки фирмы.

Это фирменное название?

Это торговая марка?

Мы хотели бы побеседовать с директором фирмы / с рабочими

В каком году была основана Ваша фирма?

Можно посмотреть как работает этот станок? / эта установка? / это устройство?

Какой срок служения?

Какой процент брака?

Какое общее число работающих?

Какая производственная площадь?

На каком сырье Вы работаете?

Кто является основным Вашим поставщиком?

Как осуществляется технический контроль?

Какая у Вас система оплаты труда?

Сколько зарабатывает в месяц служащий?

Собеседование

Чем Вы можете быть полезны нашей компании?

Расскажите о ваших недостатках / Каковы Ваши основные слабости?

Что Вам мешает реализовать свои способности в полной мере?

Что для Вас важнее: интересная работа или хорошая заработная плата?

Какие у Вас преимущества по сравнению с другими кандидатами?

Что Вам известно о нашем бизнесе? / Что Вы знаете о нашей работе или о компании?

Почему Вам нужна именно эта должность?

Кем Вы видите себя через некоторое количество лет?

Приведите пример того, как Вы успешно разрешили трудную ситуацию.

Какая работа Вас привлекает больше, с людьми или с документами?

Опишите свои деловые качества в нескольких словах.

Почему Вы обратились о приеме на работу именно по этой профессии (именно в нашу фирму)?

Почему Вы выбрали именно эту карьеру?

Что Вы собираетесь делать, если... (обычно следует описание какой-либо критической ситуации на вашем рабочем месте)?

Как Вы могли бы описать самого себя?

Каковы Ваши главные сильные стороны?

Какого типа работу Вы больше всего любите делать?

Каковы Ваши интересы вне работы?

Какого типа работу Вы не любите делать больше всего?

Какого рода достижения и результаты работы доставляют Вам наибольшее удовлетворение?

Какая была Ваша самая серьезная ошибка?

Что бы Вы хотели изменить в своем прошлом?

Какие предметы Вам нравились больше всего и меньше всего в школе?

Что Вам нравилось больше всего, а что меньше всего на прежней работе?

Почему Вы оставили свою прежнюю работу?

Почему Вы были уволены?

Какое отношение Ваше образование или опыт трудовой деятельности имеют к данной работе?

Каковы Ваши цели в жизни?

Как Вы планируете их достичь?

Чем Вы надеетесь заниматься через 5, 10 лет?

На какой жалованье Вы рассчитываете?

Как будет примерно выглядеть мой рабочий день?

Кому я непосредственно буду подчиняться?

Насколько важна эта работа для компании?

Какие программы обучения и подготовки предоставляются?

Какие имеются возможности для служебного или профессионального роста?

Почему это место оставил прежний работник?

окончил университет (какой?)

имею образование

имею диплом по специальности...

владею языком на разговорном уровне / на уровне понимания / перевода

имею свидетельство об окончании курсов...

печатаю на персональном компьютере

работал на иностранной фирме в должности...

предыдущие рабочие места...

трудовой стаж ... года в должности...

прилагаю копию диплома / свидетельства..

Квалификационные требования: высшее образование, машинопись (не менее 150 уд/мин), знание ПК, Word, Excel, опыт работы (кем?) секретарём не менее 2-х лет / (где?) в инофирме / (с чем?) с ценными бумагами, знание кадрового учета, знание делопроизводства, возраст до 30 лет, прописка Москва, Московская область, презентабельная внешность, знание делового этикета / российского рынка, коммуникабельность, инициативность, профессионализм, преданность фирме, водительские права

Функциональные обязанности: контроль документов, предоставляемых руководителю, копировально-множительные работы, обслуживание входящих звонков, прием посетителей руководителей, обслуживание деловых встреч, планирование дня руководителя, планирование дня юрисконсульта, контроль исполнения приказов и распоряжений руководителей, подготовка документов.

Европейский союз

ассоциироваться в ЕС

вести евро

вернуться в Европу

видение будущей Европы

выбор в пользу Европы

доступ к рынкам

единый европейский дом

Европейский: парламент / совет / центральный банк

заявка в ЕС

интегрироваться в Европу

мобильность рабочей силы

на западный манер

обремененный долгами
 перестраиваться под Европу
 переходный период
 присоединиться к ЕС
 проевропейский
 расширение ЕС
 содействие экономическому прогрессу

Просьба

известить
 подробное описание
 прилагать (что-то)
 прислать прейскуранты
 соответствовать стандартам
 техническое описание
 указать количество

Мы просили бы Вас прислать / сообщить нам... / известить / посетить нас...

Настоящим обращаемся к Вам с просьбой прислать / выслать нам (что?)...

Мы будем очень признательны / благодарны / обязаны, если Вы сможете прислать / выслать нам (что?)...

Сообщите нам, пожалуйста, ...

Мы хотели бы / Желательно было бы / Нам хотелось бы получить (что?)... / ознакомиться (с чем?)...

Сообщение (извещение)

(Настоящим) Сообщаем Вам...

(Настоящим) Сообщаем Вам, что...

Извещаем / Уведомляем / Информлируем Вас о том, что...

Ставим Вас в известность, что...

Считаем необходимым сообщить Вам, что...

Считаем необходимым довести до Вашего сведения, что...

Доводим до Вашего сведения, что...

Имеем честь сообщить Вам, что...

Подтверждение

Подтверждаем / Настоящим спешим подтвердить (что?) / получение (чего?)...

С благодарностью подтверждаем (что?) / получение (чего?)...

Мы получили...

Мы рады были получить...

Благодарим за письмо, которое мы получили и...

С благодарностью спешим сообщить, что мы получили Ваше письмо и...

Приглашение

Приглашаем Вас на (что?)...

Приглашаем Вас к участию в (чём?)...

В связи с (чем?)... / По случаю (чего?)... приглашаем Вас на (что?)...

По случаю (чего?)... приглашаем Вас на (что?)...

Имею честь / Разрешите мне / Позвольте мне пригласить Вас на (что?)... / к участию в (чём?)... / посетить (кого? что?)...

Разрешите / Позвольте (нам) пригласить Вас на приём.

Имеем честь пригласить Вас на приём.

Я весьма благодарен / признателен Вам за приглашение на приём.

Выражаем Вам искреннюю благодарность / признательность за приглашение.

С удовольствием принимаю Ваше приглашение. Я с удовольствием / с радостью приму участие в приёме.

Благодарность

Благодарим Вас / Спешим поблагодарить Вас / Мы благодарны Вам / Выражаем Вам благодарность / Мы признательны Вам за то, что... / за (что?)...

Мы получили Ваше письмо от... (дата) за которое благодарим Вас / Вам очень благодарны.

Благодарим Вас за письмо и сообщаем, что...

Мы благодарим Вас за письмо и спешим сообщить, что...

С благодарностью подтверждаем получение Вашего письма от... (дата) и...

Напоминание

Напоминаем Вам, что истекает срок отгрузки товара / качество партии товара оказалось ниже договорного / товар в дальнейшем поступает неритмично.

Вторично напоминаем (Вам), что...

В очередной раз напоминаем (Вам), что...

Еще раз напоминаем (Вам), что... / и предупреждаем, что...

Запрос

Обращаемся к Вам с просьбой / Просим дать / сделать нам предложение на (поставку)...

Просим Вас сообщить нам (по телексу, телефону), можете ли Вы поставить нам...

Мы хотели бы знать когда / в какой срок / на каких условиях / по какой цене Вы сможете / (могли бы) поставить нам...

Поставка должна быть произведена / осуществлена в течение... / на условиях...

Желательно, чтобы поставка была произведена / осуществлена в течение... / на условиях...

Предложение / Оферта

делать предложение

изложить в оферте

отклонить оферту

оферта: свободная / твердая

срок действительности

требовать ответа

В ответ / Ссылаясь на Ваш запрос от... / на переговоры...

Подтверждая получение Вашего запроса от... сообщаем, что мы можем предложить /поставить / отправить / отгрузить Вам...

Мы получили Ваш запрос от... (дата) / благодарим Вас за ваш запрос от (дата) на (что?)... и сообщаем, что мы можем предложить / поставить / отправить / отгрузить Вам...

Качество товара соответствует / будет соответствовать действующим в России стандартам / государственным стандартам РФ

Просим прислать ответ в течение месяца.

(Настоящее) предложение просим рассмотреть до / не позже / не позднее конца мая с.г. / 15 августа с.г.

Настоящее предложение действительно до 10 июня с.г. / в течение мая с.г.

Мы согласны с условиями / ценами / со сроками поставки назначенными Вами.

К сожалению, в настоящее время нет заинтересованности в (чем?)...

Заказ

аннулировать / выполнить заказ

заказ: вторичный / длительный / срочный

заказчик

запрашивать информацию

предмет заказа

принять заказ к исполнению

согласно (чему?) заказу

указать срок ответа

С благодарностью подтверждаем получение Вашего предложения от (дата) ... на (что?)... и принимаем его.

Подтверждаем получение Вашего предложения от (дата) ... и заказываем / заказываем Вам....

Настоящим заказываем ...

Вашему заказу будет уделено наибольшее внимание и отгрузки (чего?)... будут производиться в согласованные сроки.

Договор / Контракт

аннулировать / возобновить / заключить / расторгнуть / ратифицировать договор
договор вступает в действие / потерял силу

наименование сторон контракта

неотъемлемая часть договора

ответственность сторон

совершить сделку

согласовать условия договора

срок действия договора

сторона

форс-мажорные условия

юридические адреса сторон

(кто?), именуемый в дальнейшем Покупатель, действующий на основании Устава, в лице директора ..., с одной стороны, и (кто?), именуемый в дальнейшем Продавец, действующий на основании Устава, в лице директора..., с другой стороны, заключили контракт о нижеследующем:...

В соответствии (с чем?) Продавец продал, а Покупатель купил (на каких условиях? что?)

Товар считается сданным Продавцом и принятым Покупателем по количеству..., по качеству...

Количественная и качественная приёмка товара производится Покупателем...

Срок гарантии на поставляемое по настоящему контракту оборудование устанавливается на 24 месяца, считая со дня сдачи его в эксплуатацию...

Поставщик гарантирует, что поставляемое оборудование соответствует стандартам...

В случае непоставки товара в установленные в контракте сроки, Продавец должен заплатить пеню в размере 0,2% стоимости задержанного товара за каждый день задержания.

Плата пени не освобождает Продавца от обязательства поставить товар.

Все споры, могущие возникнуть в ходе реализации договора и/или в связи с ним подлежат рассмотрению в арбитражном суде / Арбитражной комиссией

Настоящий контракт составлен в 2-х экземплярах на русском и польском языках, причём оба текста имеют одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой стороны.

С момента подписания настоящего контракта все предыдущие переговоры и переписка по нему теряют силу.

Все приложения и дополнения к настоящему контракту являются его неотъемлемыми частями.

Контракт вступает в силу с даты / момента его подписания и действует до ...

Претензия / Рекламация

в поврежденном состоянии

возместить (что-то) – стоимость недостающего товара

возмещение затрат

выдвинуть / удовлетворить претензию

задержка в отгрузке

заменить дефектный товар

зарекламирровать

заявить / предъявить претензию

иметь право на претензию

компенсация

нарушить сроки поставки

начислить штраф

недостача

несоблюдение

нести ответственность

неустойка

обоснованность жалобы

отказаться от товара

отклонение рекламации

получить возмещение

понести убытки

просрочка в поставке

штраф

Мы (официально) направляем Вам / предъявляем к Вам / рекламацию на (что?)... / претензию в связи (с чем?)...

Партия товара оказалась дефектной / прибыла в поврежденном состоянии / оказалась пониженного качества / была признана некачественной.

Был обнаружен / установлен недогруз.

Была обнаружена / установлена недостача.

Количество товара не соответствует спецификации.

Неудовлетворительная упаковка не обеспечивает сохранность груза при перевозке.

Повреждение товара было вызвано неудовлетворительной упаковкой.

Партия прибыла со значительным опозданием / с опозданием на ... дней против срока, установленного в договоре.

Имеет место просрочка в поставке товара.

Отгрузка товара производится неравномерно / с опозданием.

При приёмке товара / При монтаже машины / При испытании машины выявились / были обнаружены (следующие) недостатки:...

Товар оказался пониженного качества / оказался дефектным / был плохо упакован.

Машина показала пониженную производительную мощность / оказалась повреждённой / непригодна к эксплуатации / не работает.

Процент дефектных изделий увеличился.

Брак составляет ...%.

Сумма причинённого ущерба составляет ...

Мы крайне недовольны качеством товара.

При приёмке товара оказалось, что партия товара была некомплектна / качество товара не соответствует спецификации.

Данный факт удостоверен коммерческим актом №...

Прилагаем акт экспертизы №... / приёмочный акт №... / протокол испытаний №... удостоверяющий, что...

В приложении направляем Вам акт приёмки товара №... / протокол испытаний №...

Согласно п.6 договора № от...(дата) Вы должны поставить нам... мы имеем право на скидку / мы имеем право на скидку.

Мы имеем право / Это даёт нам право отказаться от приёмки товара / вернуть товар обратно / обратиться в арбитраж.

На основании вышеизложенного просим Вас заменить дефектный станок новым / отгрузить нам новый товар / допоставить недостающий товар / возместить стоимость повреждённого товара / предоставить скидку с цены в 15% / перевести стоимость .. на наш расчётный счёт.

Мы готовы принять этот товар, если Вы предоставите нам скидку в 10%.

В противном случае / В случае Вашего отказа мы будем вынуждены вернуть товар обратно с отнесением всех расходов на Ваш счёт / передать наш спор в арбитраж.

Сообщаем, что Ваша рекламация относительно... принята нами к рассмотрению.

Подтверждаем получение Вашего письма от (дата)... и сообщаем, что Ваша рекламация удовлетворяется.

Заявление

Ввиду того что... / В связи с тем, что... / На основании того, что... / Потому что / Так как / Учитывая (что?)... прошу (+ инфинитив) разрешить... / допустить / предоставить (что?)...

Резюме

*обучил двух новых служащих
сократил ошибки на 15%, чем сэкономил фирме \$50 000
освоил новые процедуры в рекордно короткий срок - за две недели
выполнил
эффективно использовал
отвечал за
помогал клиентам в
повысил потенциал продукта на рынке
продвинулся на должность
получил повышение в должности и два повышения оплаты
всегда выполнял работу в срок*

Реклама

брендмаузер
брошюра
буклет
видеоклип
визитка
газета
дать рекламу (куда?) – в газету, на радио, в средства массовой информации (сми),
в интернет
изготавливать рекламу
иллюстрированный материал
каталог
клипмейкер
„крутить ” рекламу
листовка
логотип
лозунг (слоган)
пик-тайм
плакат
поместить рекламу (где?) – в газете, на радио, в средства массовой информации, в
интернете, на плакате
проспект
публиковать / печатать рекламу (где?) – на обложке журнала, в рекламном
приложении, на упаковке.
радиокампания
реклама „в каждую дверь” / в витринах / на городском транспорте / на
многоцветном табло / по почте

реклама: звуковая / аудиовизуальная / движущаяся / наружная / неоновая /
телевизионная
рекламный вкладыш
рекламодатель
ролик
световые буквы
спот
сувенир
телефонное интервьюирование
щит

БИБЛИОГРАФИЯ



Абчук В., 2001, *Занимательная экономика и бизнес. Нескучный учебник*, С-Петербург.

Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., 2003, *Основы межкультурной коммуникации*, Москва.

Даринский А. В., 2002, *Экономическая и социальная география России*, Москва-С.-Петербург.

Жельвис В., 2002, *Эти странные русские*, Москва - (В.Ж.)

Мамедов О. И др., 2002, *Современная экономика. Основы экономической теории: 100 экзаменационных ответов*, Ростов-на-Дону.

Пиз А., 1992, *Язык жестов. Увлекательное пособие для деловых людей*, Воронеж.

Экономикс, Т. I и Т. II, 1993, С.-Петербург.

Bondar N., Chwatow S., 1998, *Бизнес-контакт. I. Kurs przygotowujący do egzaminu na międzynarodowy certyfikat z języka rosyjskiego*, Warszawa.

Chwatow S., Hajczuk R., 2000, *Русский язык в бизнесе*, Warszawa.

Markowski W., 1998, *ABC small business 'u*, Łódź.

Ziętala G., 1994, *Деловой русский*, С.-Петербург.

Ziętala G. 2004, *Nauczanie rosyjskiego języka biznesu na studiach rusycystycznych*, Rzeszów.

Ziętala G., 2005, *Interkulturowa komunikacja pisemna w polsko-rosyjskiej firmie. Межкультурная письменная коммуникация в польско-российской фирме*, Rzeszów.



<http://www.iatp.by>

<http://www.ewml.pl/newru>

<http://www.rambler.ru>

<http://www.lang.ru>

<http://www.lex7.ru>

<http://www.yurplus.ru>

<http://www.protos.su>

<http://www.itogi.ru>

<http://www.unex.ru>

<http://www.rg.ru>

<http://www.polska.ru>

<http://www.secretary.com.ru>
<http://www.plastburg.ru>
<http://pda.lenta.ru>
<http://www.premium-group.ru>
<http://www.cyberplat.ru>
<http://www.rapida.ru>
<http://www.globexbank.ru>
<http://www.ur.ru>
<http://cardserver.nursat.net>
<http://www.korona.net>
<http://www.rosbalt.ru>
<http://peoples.i2x2.ru>
<http://www.referatfrom.ru>
<http://www.prof.msu.ru>
<http://www.euroinfo.org.pl>
<http://www.ukie.gov.pl>
<http://opinie.ewm1.pl>
<http://praca.korba.pl>
<http://info.ewm1.pl>
<http://www.fkn.pl>
<http://www.astroman.com.pl>
<http://www.rzeczpospolita.pl>
<http://www.bialorus.pl>
<http://www.parkuj.pl>
<http://www.abcpraca.pl>