

BGE NYVK	C1	Понимание письменного текста	
Экзамен по деловому русскому языку		60 мин.	20 баллов
Модель			

A feladatokat elsőként a feladatlapokon oldja meg. Megoldásait végül jelölje, illetve írja be a megoldólapra.

Текст 1.

В России ожидается рост спроса на экоупаковку

- 1 Купив в магазине телевизор, мебельный гарнитур или посудомоечную машину, российский потребитель, как правило, не обращает внимание на то, что треть объёма этих товаров составляет упаковка. В итоге вопрос утилизации использованных упаковочных материалов с каждым годом становится всё более актуальным.
Совместимы ли между собой два понятия – «общество потребления» и «благоприятное воздействие на окружающую среду»? Приходится констатировать, что если и совместимы, то пока слабо. Рост потребления приводит к более быстрому обороту товаров, частой их замене. Если в советское время люди покупали телевизоры на много лет вперёд, то сейчас старая техника меняется на новую через два-три года. Рост потребления порождает проблему переработки вышедших из употребления вещей.
- 2 Вторая проблема – утилизация упаковочных материалов, в которых новые товары доставляются покупателям. Мы живём в обществе потребления, где упаковка всё больше используется маркетологами как средство борьбы за потребителя. Более 55% упаковочных материалов – это бумага и картон, при этом объём производства упаковки и тары из этих материалов в России постоянно растёт: два года назад он составлял 5 млрд долл., год назад – 5,6 млрд долл., а в этом году прогнозируется выпуск на 6-6,3 млрд долл.
- 3 Между тем большая часть этих денег оказывается на свалке. Чтобы не утонуть в мусоре, упаковочные материалы предпочитают изготавливать из экологически чистых материалов, переработка и производство которых не оказывает негативного воздействия на окружающую среду. Как правило, на такой упаковке есть пометки «сделана с использованием переработанных материалов», «возможно повторное применение» или «легко перерабатывается и может быть использована для производства новых продуктов (бумага, алюминий, картон, стекло и т.п.)». Согласно этой классификации вся целлюлозно-бумажная продукция (без полимерных покрытий) является легко перерабатываемой.
- 4 Сертифицируется не только сама упаковка, но и вся целлюлозно-бумажная продукция, из которой она производится. Есть экологический рейтинг, согласно которому производители целлюлозно-бумажной продукции ранжированы по ряду экокритериев. Весьма распространённым является сертификат Лесного попечительского совета, который свидетельствует о том, что древесина (для изготовления бумаги) происходит из ответственно управляемых лесов либо в производстве используются отходы бумажного сырья после потребителя. Сертифицированная Лесным попечительским советом территория занимает в России более 33 млн га., её обгоняет только Канада (52 млн га). В России 85% товарной целлюлозы, 70% газетной бумаги и 40% офисной бумаги произведены из сертифицированного сырья. Таким образом, можно сказать, что в России достаточно большая доля продукции производится с использованием сертифицированного сырья.

- 5 Российские граждане пока не обращают серьёзного внимания на маркировку товаров, а тем более на экологические отметки на упаковке. А вот около трети потребителей в Европе готовы сознательно приобретать более экологичную упаковку, если они будут должным образом информированы о положительных эффектах такой продукции для природы и человека. В связи с этим есть надежда, что в ближайшие годы сформируется тенденция быстрого (до 100% в год) прироста экоупаковки.
-

I. ¹⁰ Текст разбит на 5 частей (1–5). Какое название (А–G) подходит к какой части? (Внимание! Два названия лишние!)

1. часть 1:
2. часть 2:
3. часть 3:
4. часть 4:
5. часть 5:

- A) Отношение покупателей к происхождению и свойствам упаковки
- B) Отсутствие инструкции по эксплуатации на товарах
- C) Последствия недолговечной службы бытовых товаров
- D) Преимущество полимерных материалов перед бумажными
- E) Производство упаковочного материала в соответствии с экологическими требованиям
- F) Различные упаковочные материалы и надписи на них
- G) Упаковочный материал как средство рекламы

II. ¹⁰ На основе текста определите, какое утверждение правильное (ДА), а какое ложное (НЕТ)!

6. Чтобы купить телевизор, в советское время приходилось ждать много лет.
7. За два года количество бумажного упаковочного материала увеличилось на 55%.
8. Лесной попечительский совет призывает потребителей к заботе о природе.
9. Сертифицированные леса в России вторые в мире по величине.
10. И для россиян, и для европейцев маркировки на товарах одинаково важны.

Текст 2.

Без пива — деньги на ветер

С первых дней этого года каждый человек, заглянувший в палатку или небольшой по площади магазин (до 50 кв. м), может заметить результат принятого в прошлом году закона: здесь больше не продают сигареты и пиво. Для посетителей это хотя и досадный, но в целом не трагический факт. А вот для многих мелких предпринимателей новый закон может поставить бизнес под угрозу.

В России мы живём при острейшем дефиците торговых площадей. Москва совсем недавно преодолела 700 кв. м на 1000 жителей. В это время европейские крупные города начинаются примерно с 2100 кв. м на 1000 жителей. Главная причина различия проста – в наших городах советская застройка. Тогда первые этажи застраивались жильём, а до магазина, как считалось, люди сами как-нибудь доедут.

Острый дефицит порождает высокие, убийственные для торговли арендные ставки, которые порождают уродливое явление: копирование малыми магазинами ассортимента супермаркетов. Предприниматель, чтобы выжить, вынужден использовать каждый

дециметр торговой площади. Так что в российской городской рознице почти нет специализации и семейного бизнеса. Мы не видим здесь небольших уютных колбасных, сырных магазинов, булочных: то, к чему мы привыкли за границей. Человек, который получил помещение в собственность, склонен просто пересдать его: таким образом он в силу перекося в ставках аренды может сразу забрать до 70% дохода от предприятия, ничего не вкладывая.

Нестационарная торговля в России имеет специфическую природу – из-за того же дефицита площадей. Киоски, модули, нестационарные павильоны призваны хоть как-то его компенсировать. Такого рода магазины могут быть центральными торговыми точками целого ряда микрорайонов. Предприниматели, владельцы или арендаторы этих магазинов не могут перейти в стационарные форматы торговли – этих помещений попросту нет. Не могут они ничего и построить. У нас малый торговый бизнес почти ничего не строит, а строит крупный и аффилированный с региональной властью средний бизнес – и сдаёт малому по тем же космическим ставкам.

Запрещая продавать сигареты и пиво в нестационарных и небольших торговых точках, мы наносим мощный удар по и без того недоразвитой розничной торговле. Человек, в продуктовую корзину которого входят эти позиции, получает мощный стимул вообще не ходить в малый магазин или модуль, так как ему все равно потом придется посещать другой, более крупный, торговый объект. То есть он, вероятно, не купит здесь ни колбасы, ни консервов, ни хлеба. А это означает сотни тысяч закрытых магазинов и миллионы потерянных рабочих мест.

Деградация малого торгового бизнеса имеет ещё одно следствие. Малые торговые точки являются одним из немногих каналов сбыта для мелких отечественных производителей, не имеющих возможности работать с сетями и крупными магазинами (из-за требований к объёмам, стандартизации, штрафов за недопоставки и т.д.). То есть осложнение положения малых стационарных магазинов скажется на всей цепочке поставок и в конечном счёте на производстве.

Малые магазины и киоски являются существенным фактором поддержания конкурентной среды для крупных торговых операторов. Соответственно, их уничтожение логически приводит к снижению уровня конкуренции, способствует росту цен на товары повседневного спроса, а также усиливает недоверие предпринимателей к власти.

III. ¹¹⁻⁸ Кратко ответьте на вопросы по тексту! (Максимум 4 слова)

- 11.** Кого особенно болезненно затрагивает новый закон?
- 12.** Что является объяснением дефициту торговых площадей в российских городах?
- 13.** На что пытаются сделать похожим своё предложение небольшие магазины?
- 14.** Какой самый простой путь для владельца помещения получить от него прибыль?
- 15.** Что препятствует переходу от нестационарной торговли к стационарной?
(Дайте 1 пример)!
- 16.** На какие магазины распространяется новый закон?
- 17.** Какие последствия может иметь новый закон в области занятости?
- 18.** Что означает малая торговля для мелких отечественных производителей?
- 19.** Какие условия сотрудничества с сетями невыполнимы для мелких производителей? *(Дайте 1 пример)!*
- 20.** Что обеспечивает малая торговля относительно крупных торговых операторов?

BGE NYVK	C1	Понимание письменного текста	
Экзамен по деловому русскому языку		60 мин.	20 баллов
Модель			

КЛЮЧ

Текст 1.	
1.	C
2.	G
3.	F
4.	E
5.	A
6.	НЕТ
7.	НЕТ
8.	НЕТ
9.	ДА
10.	НЕТ
Текст 2.	
11.	(многих) мелких предпринимателей/ малый бизнес
12.	советская застройка/ первые этажи застраивались жильём
13.	на ассортимент супермаркетов
14.	(просто) пересдать (его)
15.	(этих) помещений (попросту) нет/ дефицит площадей/ малый бизнес не строит
16.	на нестационарные и небольшие
17.	миллионы потерянных рабочих мест
18.	канал сбыта/ один из каналов сбыта
19.	требования к объёму/ (требования к) стандартизации/ штрафы за недопоставки
20.	поддержание конкурентной среды / конкуренцию