

нагрузке. Общеразвивающие упражнения обычно применяются в начале тренировки и в зависимости от целей и задач предстоящей работы длятся от 15 до 60 минут.

Вторую группу средств общей физической подготовки составляет комплекс силовых упражнений из различных видов спорта. При выполнении таких силовых упражнений с оптимальными отягощениями или в облегченных условиях развивается быстрота мышечных сокращений; с дополнительными отягощениями или в усложненных условиях – максимальная сила; с оптимальными отягощениями без ограничения времени – силовая, а с ограничением времени – скоростно-силовая выносливость самых различных групп мышц тренирующегося.

<http://edoc.bseu.by>

Е. О. Деменковец, Е. С. Хурсан

Научный руководитель – В. И. Смольникова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКОЙ ГЕРМАНИЯ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

Диверсификация внешней торговли, привлечение иностранных инвестиций и технологий – стратегические задачи для нашей страны. Содействовать их решению могло бы более тесное сотрудничество с Германией – одной из крупнейших инновационных экономик Европы и мира.

Германия по-прежнему один из важнейших торговых партнеров Республики Беларусь. Сегодня в этом списке она занимает пятое место: двусторонний оборот между странами за 9 месяцев прошлого года составил более 3,1 млрд долл.

В Беларуси сегодня насчитывается около 360 компаний с участием немецкого капитала, а также почти 100 представительств немецких фирм, в том числе такие всемирно известные, как «Bayer», «BASF», «NIVEA», «SCHWARZKOPF», «Bosch», «Commerzbank», «Siemens», «BMW».

Одновременно некоторые компании по разным причинам уходят из Беларуси. Поскольку число первых и вторых примерно равно, приходится говорить о некой стагнации немецкого капитала в нашей стране. С другой стороны, можно назвать не только крупные немецкие компании, такие как «Global Players», а также малые и средние фирмы, которые пришли в Беларусь и успешно реализуют здесь свои бизнес-проекты. Это «Remondis», «Saria», «Uniform», «Henkel Bautechnik», «Alkopack», «Vitella», «Belabedding», «Jokey Plastic», «Santa Imprex» и др.

Те фирмы, которые нашли свои экономические ниши в Беларуси за последние 10–15 и более лет, несмотря на критику отдельных аспектов хозяйственной и инвестиционной деятельности, из страны не уходят. Но, к сожалению, увеличения числа немецких предприятий в нашей стране пока не происходит.

Для успешного ведения бизнеса мы должны быть компетентны в сфере международных бизнес-коммуникаций, владеть особенностями менталитета белорусского и немецкого бизнесмена.

Большинство немецких предпринимателей отлично ведут переговоры на английском языке. В штате крупных компаний всегда работают компетентные специалисты-переводчики. Несмотря на это, принято, что языком бизнеса является язык заказчика, поэтому команда профессионалов по экспорту должна иметь своего специалиста, владеющего немецким языком на высоком уровне. Переговоры немцы начинают проводить сразу после первого знакомства. Для того, чтобы перейти к рассмотрению деловых вопросов, им не нужно налаживать близкие личные отношения. В процессе дискуссий это происходит само собой.

Все вопросы, касающиеся бизнеса, обсуждаются постепенно. Пунктуальность является особо отличительной чертой немцев. На встречи нужно появляться на несколько минут раньше, иначе может сложиться мнение о ненадежности делового партнера. Если представитель компании опаздывает на полчаса, значит, вполне, возможны и задержки поставок на несколько недель! В случае непредвиденных обстоятельств, лучше перенести встречу на другое время. В Германии принято, что переговоры, заседания и другие деловые мероприятия никогда не прерываются телефонными звонками или случайными посетителями. Большая часть немцев имеют высокие ученые звания. Поэтому, в бизнес-протоколе Германии четко заложены принципы формального поведения. Это значит, что в зависимости от ранга, профессионального уровня или высшей академической квалификации человека к нему нужно проявлять особое уважение.

Девиз всемирной сети немецких внешнеэкономических палат: «Denken global – handeln lokal» – думать глобально, а действовать в привязке к конкретной ситуации. Философия нашей деятельности заключается в том, что сотрудничество не может быть дорогой с односторонним движением, сотрудничество всегда предполагает движение в обоих направлениях.

В. О. Друтько

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент
С. В. Селицкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Кадровый рынок находится в состоянии активной борьбы за каждого компетентного соискателя. В условиях быстро меняющегося общества и высокой конкуренции в бизнесе руководители предприятий и HR-специалисты столкнулись с новой трудностью: им приходится формировать команды из сотрудников, принадлежащих к разным поколениям, имеющих разные ожидания и методы работы. Один из эффективных инструментов, помогающих понять основополагающие ценности людей разного возраста – «Теория поколений» (Нейл Хоув и Уильямс Штраус), которая основана на том, что ценности людей, выросших в разные исторические периоды, значитель-