

речі до нього – 7,3%.

Серед регіонів АР Крим найбільші обсяги експорту припадали на підприємства міст Армянська (31,4% від загального обсягу експорту товарів АРК), Сімферополя (31,1%), Красноперекопська (20,4%), Керчі (7%), Ялти (5,3%). Найбільші обсяги товарів по імпорту одержали підприємства міст Сімферополя (43,8% від загального обсягу імпорту товарів АРК), Армянська (16,1%), Керчі (9%), Красноперекопська (8,4%), Феодосії (4,9%).

Джерела та література

1. Про соціально-економічне становище Автономної Республіки Крим за 2004 рік. Головне управління статистики в АРК. – Сімферополь, 2005 р.

Danilova E.A. Abdulaeva E.R. GLOBALIZATION AND BASIC NEGOTIATION PRINCIPLES

Many people are surprised to find that there are situations in which they could or do negotiate every day. All too commonly, when we think of negotiation, we think of large, complex, formal negotiations between unions and management, between nations on a treaty, between business in a merger or a major acquisition.

A negotiation or bargaining situation is one in which two or more parties have to make a decision about their interdependent goals or objectives; in which the parties are committed to peaceful means for resolving their dispute; and in which there is no clear or established method or procedure for making the decision.

Negotiation is not limited to the business arena, as everyday in our private lives we are called on to bargain with others. Yet when people come to negotiate, especially for large financial items, "people often find themselves in a dilemma. They see two ways to negotiate: soft and hard" (Fisher & Uri, 1991, p.14). These choices are often unconscious with the "soft" negotiator wanting to avoid interpersonal conflict and readily making concessions and the "hard" negotiator wanting to win at all costs and risking the ongoing relationships with the other parties (Fisher & Uri, 1991).

A third way, called "principled negotiation", attempts to find mutual benefits or a win/win for all parties.

Because our choice of bargaining style is often unconscious, being based on our beliefs and values, we may not know whether we are hard, soft or principled bargainers until we are faced with a bargaining situation.

In conclusion, bargaining and negotiation are part of our everyday lives. There are a number of choices available to us when bargaining, and how we choose to conduct ourselves in these situations can affect our relationships and quality of life both at work and at home. The exercise outlined above is designed to give students an insight into the different styles of bargaining that exist, whilst giving them an opportunity to develop their own skills in this area.

Appendix 1.

Hard negotiators: Distrust others and are hard on people, hold their positions ("it's my way or the highway"), use a win/lose approach to solutions, and use threats and intimidation to win. For hard negotiators, bargaining is a contest of wills.

Soft negotiators: Trust others and are soft on people, concede readily, use a lose/lose approach to solutions, and they yield or to appease their opponents. Soft negotiators avoid a contest of wills.

Principled negotiators: Separate people from the problem and are hard on the problem, focus on interests and concerns not on positions, generate multiple options and look for a win/win approach, and they focus on standards and respond to principles rather than to manipulation or pressure. They insist on fair and objective standards when negotiating.

References

Covey, S. (1989). Seven habits of highly effective people: Restoring the character ethic. New York: Simon and Shuster.

Fisher, R., & Ury, W. (1991). Getting to yes: Negotiating an agreement without giving in. London: Arrow Business Books.

Ashwell, D. (2003) The bargain Exercise. //Business Communication Quarterly, Volume 66.

Джанбаев Д. ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА США КАК ФАКТОР ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

В системе мировой экономики ключевая роль принадлежит США: сильнейшая в мире американская экономика обеспечивает более 20 % мирового ВВП. Роль американской валюты трудно переоценить: на ее долю приходится примерно 40% валютной корзины СДР, она по-прежнему лидирует как международное платёжное и резервное средство. К доллару "прикреплены" 38 валют, к числу которых относится и украинская гривна. Резервы НБУ в наличной американской валюте составляют 146,08 млн., при этом на руках у населения Украины находится 200 млн. долларов.

Национальная валюта – один из основных индикаторов состояния экономики страны, а курс и стабильность валюты определяется экономической политикой страны. Периоды падения курса доллара существенно тормозили развитие мировой экономики в разное время. Крах Бреттон-Вудской золотовалютной системы в начале 70-х годов привел к подрыву доверия к доллару на общемировом уровне и нарастанию несбалансированности международных расчётов. Следствием же для экономики США стали существенный её регресс и высокие темпы инфляции. В начале 80-х годов падение курса американской валюты не только ударило по экономике страны, но и вызвало экономический кризис в Японии. За последние же двадцать лет курс доллара по отношению к другим валютам серьезно колебался, что повышает возможность возникновения кризиса общемирового характера.

На сегодняшний день валютная политика США вызывает опасения со стороны международных финансовых субъектов.

Главным источником системного кризиса США является дефицит платежного баланса, который состоит из следующих факторов:

дефицита бюджета, растущего внутреннего и внешнего долга страны, отрицательного торгового сальдо, высокого уровня заимствования субъектов американской экономики.

Бюджетный дефицит уже стал неотъемлемой чертой американской экономики. Так в 2004 финансовом году он достиг

368 млрд. В 2005 году и вовсе планируется рекордный дефицит приблизительно 427 млрд. Но это не предел: по прогнозам журнала «Economist» к концу 2006 бюджетный дефицит США может достигнуть 825 млрд. долларов, что составит 6,4 % от ВВП страны, а совокупные внешние обязательства превысят 11 трлн. долларов. Согласно данным Федеральной резервной системы ежегодный рост внутренних непоплаченных долговых обязательств составляет около 10%, что превышает рост ВВП. Для погашения данной задолженности требуются сумма эквивалентная трем ВВП Соединенных Штатов.

Еще одним фактором, тормозящим темпы экономического развития, является активная политика заимствования американских домохозяйств. Общая сумма таких кредитов в американской экономике достигает 300 млрд. долларов.

Следующим фактором является стремительный рост пассивного сальдо по текущим счетам, которое составляет более 4% ВВП США. По объему импорт превышает экспорт на 50%. В действительности экономический бум последних лет опирался постоянные заимствования, в то время как возросший внутренний спрос удовлетворялся за счёт всё больших объемов импорта. США должны не только сократить текущий дефицит, но убедить иностранных инвесторов вести бизнес в условиях падения курса доллара. Ведь за последние 15 лет иностранные инвестиции были главным двигателем роста американской экономики.

Постепенно доллар теряет свои позиции. Только за период с сентября по декабрь 2004 года курс доллара упал на 35% по отношению к евро и на 24% – к японской йене. Рост ВВП за последние месяцы 2004 составил 3,5%, вместо запланированных 4%. При этом совокупная инфляция удвоилась за последний год, что составило 2,2% по сравнению с 1,1% 2003. В результате этого учетная ставка выросла на 0,25% и составила 2,5%, что в два раза больше чем год назад. Кредитная политика, направленная на уменьшение задолженности состоит в поддержании нулевого или негативного баланса учетной ставки по отношению к инфляции. Процентная ставка на кредиты коммерческих банков достигла 3%. Ставка по долгосрочным кредитам осталась на прежнем уровне 4,2%, реальная стоимость которых дешевле благодаря этой политике.

Аналитики указывают на опасность «необеспеченности» доллара, которая усугубляется со стороны региональных валют. Приводятся весьма различающиеся оценки обеспеченности доллара национальным богатством, которые колеблются от «менее 45%» (мнение одного из специалистов ФРС) до 9-10% (аналитики Министерства финансов Японии). По мнению американских экспертов, ключевой принцип политики слабого доллара – «стратегия управляемых кризисов», целью стратегии является формирование лучшей по сравнению с конкурентами инвестиционной привлекательности. Некоторые специалисты утверждают, что понимание национального богатства только в его вещественном, материальном и исчислимом выражении неверно, так как игнорируется стоимость новых разрабатываемых технологий. Доллар США обеспечен не только национальным богатством этой страны в традиционном понимании, но и постоянно создаваемыми новыми технологиями. Эти технологии не просто имеют стоимость как продаваемый товар – главное их значение состоит в том, что они «привязывают» экономики всех стран мира к американской, обеспечивая их зависимость уже не на финансовом, а на фундаментальном, технологическом уровне.

Валютная политика США выступает одним из основных факторов дестабилизации мировой финансовой системы. Грозившим наступить экономический спад может иметь разрушительные последствия для мировой экономики.

Дихтярь К.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Процесс формирования стратегии состоит из трех стадий. На стадии *разработки* создается общая концепция стратегии и в ее рамках набор вариантов; на стадии *доводки* варианты дорабатываются до уровня, при котором наиболее адекватно отражают поставленную цель во всем многообразии ее проявлений. Наконец, на стадии *стратегического выбора* происходит анализ и оценка вариантов, в результате чего лучший из них принимается в качестве базового, который служит основой создания специальных и функциональных стратегий.

М. Портер, отмечает, что к успеху в условиях жесткой конкурентной борьбы могут привести следование одной из рыночных стратегий функционирования:

а) стратегия лидерства в снижении издержек - ориентирует организацию на получение дополнительной прибыли за счет экономии на постоянных издержках;

б) стратегия дифференциации состоит в концентрации предприятия своих усилий в нескольких приоритетных направлениях, где оно пытается достичь превосходства над другими;

в) стратегия фокусирования основывается на выборе какого-то из сегментов отраслевого рынка и достижении на нем безусловных конкурентных преимуществ путем реализации одной из двух описанных выше стратегий.

Не менее важным в условиях выживания является необходимость следования предприятия маркетинговым стратегиям. Можно выделить четыре основных вида маркетинговых стратегий: недифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, сегментация (позиционирование) товара, дифференциация товара.

Недифференцированный маркетинг включает такие характеристики как единообразная, стандартизированная, однородная номенклатура товаров. Следуя этой стратегии, предприятие выпускает один или всего лишь несколько стандартных видов товаров, реализуемых на всех рынках однотипно. Преимуществами такой стратегии являются большая степень экономичности, так как издержки по производству товара и организации сбыта сведены к минимуму за счет больших масштабов производства. Недостатками является отсутствие возможности выйти на другие аналогичные сегменты рынка, то есть не используются благоприятные условия рыночной конъюнктуры, при этом повышен уровень риска.

Концентрированный маркетинг включает такие характеристики, как единообразная, стандартизированная, однородная номенклатура товаров. В этом случае предприятие концентрирует свою деятельность на одном сегменте рынка. Преимущества: вследствие значительных масштабов производства затраты на производство товаров и рекламу сокращены (но в меньшей степени, чем при недифференцированном маркетинге). Недостатки: как и в случае недифференцированного маркетинга, отсутствует распределение риска.

Сегментация (позиционирование) товара включает такие характеристики, как различная номенклатура товаров, имеющая дивергентный характер. Компания производит разные виды товаров, каждый из которых направлен на удовлетворение соответствующего сегмента рынка со своими условиями конъюнктуры. Преимущества: широкая зона охвата рынка, высокая степень распределения риска. Недостатки: значительные издержки на производство товарной единицы,