

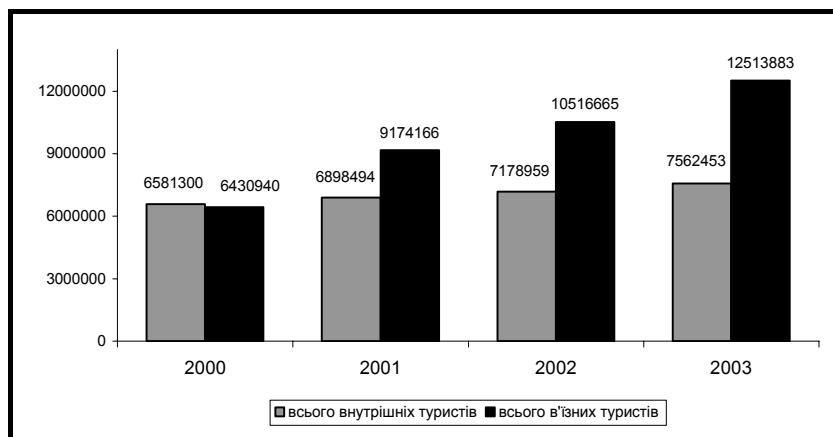
Найвідвідуванішими країнами світу до 2020 року стануть, за прогнозами фахівців, Китай, США, Франція, Іспанія (див. табл. 2):

**Таблиця 2.** Країни-лідери по прийому туристів (прогноз на 2020 р.) [3]

№	Країна	Туристські прибуття, млн.чол.	Частка у світовому потоці туристів, %
1	Китай	137,1	8,6
2	США	102,4	6,4
3	Франція	93,3	5,8
4	Іспанія	71,0	4,4
5	Гонконг	59,3	3,7
6	Італія	52,9	3,3
7	Великобританія	52,8	3,3
8	Мексика	48,9	3,1
9	Росія	47,1	2,9
10	Чехія	44,1	2,7

За останні роки вражаючих успіхів у розвитку індустрії туризму домоглась Польща. Ще в 1985 і 1990 роках, за даними WTO, ця країна займала 17 і 19 місця в Європі по прийому туристів. А в 1996 році Польща піднялась на шосте місце, прийнявши 19,4 млн. чол. і отримавши 8,4 млрд. дол. США доходу. Разом з тим, вже у 2002 році Польща заробила на в'їзному туризмі набагато менше, ніж у 1996-му – 4,5 млрд. дол. США, прийнявши при цьому 13,98 млн. туристів і посівши у Європі дев'яте місце [3]. Для Польщі характерним є особливо велике число візитерів – туристів, які не залишаються на нічліг.

В Україні туристська діяльність перебуває у стадії реформування та розвитку. Наявні туристичні ресурси використовуються не повністю, проте динаміка туристичного ринку України свідчить про тенденції до зростання числа туристів взагалі, а іноземних – зокрема (рис. 1):



**Рис. 1.** Динаміка туристичних потоків в Україні, чол. [2]

Аналіз принципів організації туристичної галузі країн, що мають розвинуту індустрію туризму, доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму в Україні, зокрема, у сфері інформаційно-рекламної діяльності.

Одним із перспективних напрямків стимулювання розвитку туризму в Україні, збільшення валютних надходжень від туристської діяльності, удосконалення ринкової інфраструктури є, на наш погляд, створення спеціальних економічних зон туристсько-рекреаційного типу. Важливою задачею функціонування таких зон має стати забезпечення передумов для поступового поширення найефективніших елементів ринкового механізму із зон на економіку навколишніх регіонів та економіку країни.

Розвиток туристичної галузі як високоприбуткового сектора економіки є важливим чинником соціального розвитку та культурного піднесення України при збереженні її самобутності та національної суті, гармонійної інтеграції України у європейські та світові глобалізаційні і гуманізаційні процеси.

1. Максаковский В. Развитие и география международного туризма // Краеведство. География. Туризм. – 2001. – №21–24. – С.17–21.
2. [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua).
3. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

**Дударь А.П.**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В АРК**

Обсяги експорту товарів за січень–листопад 2004р. становили 245,1 млн.дол.США, імпорту – 136,8 млн.дол.США. Проти січня–листопада 2003р. експорт зменшився на 10%, імпорт збільшився на 10%. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 108,3 млн.дол.США (у січні–листопаді 2003р. – 148,1 млн.дол.США).

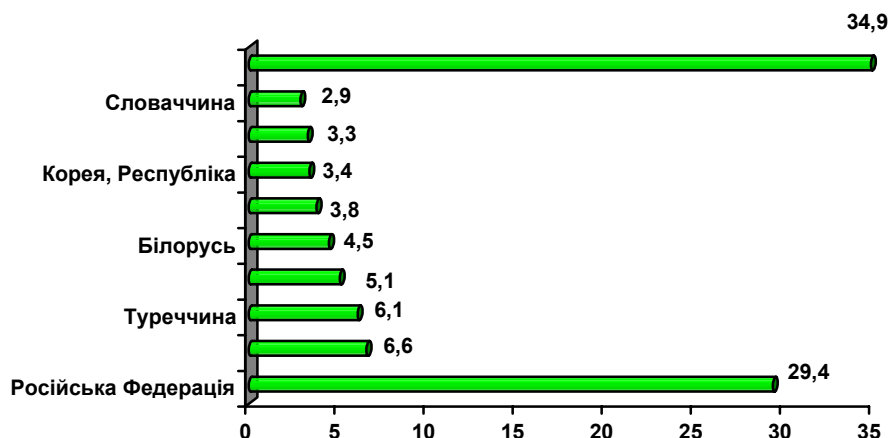
Зовнішньоторговельні операції з товарами АР Крим здійснювала з партнерами із 114 країн світу.

Обсяги експорту товарів до країн СНД порівняно з січень–листопадом 2003р. збільшилися у 1,5 раза, імпорту – на

28,5%. Обсяги експорту до інших країн світу зменшились на 29,9%, імпорту – зросли на 6,9%.

Частка експорту до країн СНД за січень–листопад 2004р. становила 41,1%, до інших країн світу – 58,9% (у січні–листопаді 2003р. відповідно 24,4% та 75,6%).

#### Основні країни-партнери в експорті товарів

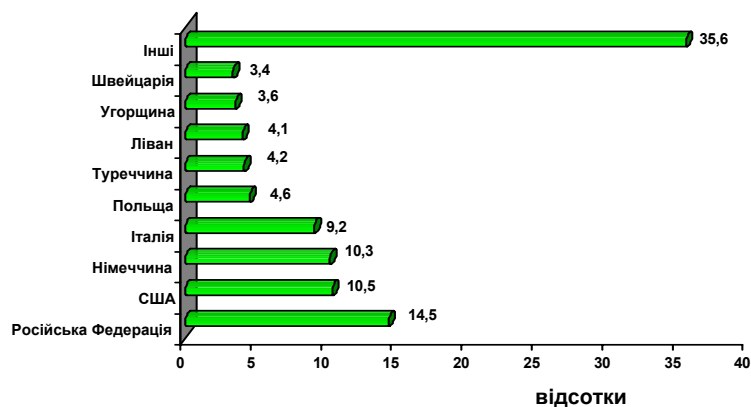


Найбільші обсяги експортних поставок здійснювались до Російської Федерації – 29,4% від загального обсягу експорту, Італії – 6,6%, Туреччини – 6,1%, Німеччини – 5,1%, Білорусі – 4,5%, Китаю – 3,8%, Республіки Корея – 3,4%, Нідерландів – 3,3%, Словаччини – 2,9%.

Поставки продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості становили 50,7% від загального обсягу експорту (з них пігментів та інших барвників – 28,7%, продуктів неорганічної хімії – 16,1%, добрив – 5%). На поставки механічного та електричного обладнання припадало 19,3% від загального обсягу експорту (у т.ч. механічного – 11,3%, електричного – 8%), недорогоцінних металів та виробів з них – 10,2% (з них чорних металів та виробів з чорних металів – по 4,1%), транспортних засобів – 5,3% (у т.ч. плавучих засобів – 4,4%), готових харчових продуктів – 5,3% (у т.ч. алкогольних і безалкогольних напоїв – 3,7%).

За січень–листопад 2004р. з країн СНД в АР Крим імпортовано 17% від загального обсягу імпорту товарів, з інших країн світу – 83% (у січні–листопаді 2003р. відповідно 14,6% і 85,4%).

#### Основні країни-партнери в імпорті товарів



Найбільші імпорتنі надходження здійснювались з Російської Федерації – 14,5%, США – 10,5%, Німеччини – 10,3%, Італії – 9,2%, Польщі – 4,6%, Туреччини – 4,2%, Лівану – 4,1%, Угорщини – 3,6%, Швейцарії – 3,4%.

У загальному обсязі імпорту 31,6% становили поставки механічного та електричного обладнання (у т.ч. механічного – 27,3%, електричного – 4,2%). Поставки мінеральних продуктів становили 12,5% усіх імпорتنих надходжень (у т.ч. будівельних матеріалів – 9,3%), недорогоцінних металів та виробів з них – 11,5% (з них виробів з чорних металів та чорних металів – по 4%), продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості – 9,5% (у т.ч. фармацевтичної продукції – 3,4%), транспортних засобів – 6,9% (у т.ч. наземних транспортних засобів – 4,2%, аеронавігаційних засобів – 1,7%), полімерних матеріалів, пластмаси та каучуку – 5% (у т.ч. пластмаси – 4,3%), продуктів тваринного походження – 3,8%, текстилю та виробів з текстилю – 3,4%.

За січень–листопад 2004р. експорт давальницької сировини не здійснювався.

В АР Крим надійшло давальницької сировини на 2047,4 тис.дол.США, що становило 1,5% від загального обсягу імпорту. Нитки синтетичні або штучні склали 68% загального обсягу імпорту давальницької сировини (імпортовано з Італії – 98,4%), наземні транспортні засоби – 18,8% (з Німеччини – 86,6%), вовна – 7,7% (з Кипру).

За січень–листопад 2004р. обсяг експорту готової продукції, що виготовлена з імпортованої давальницької сировини, становив 4484,5 тис.дол.США, або 1,8% від загального обсягу експорту. Найбільша його частка припадала на плавучі засоби – 50,9%, одяг трикотажний та додаткові трикотажні речі до нього – 33,8%, одяг текстильний та додаткові текстильні

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