

иною діяльності, можна проводити планування. На державному рівні розробляються і реалізуються програми розвитку курортології окремими розділами. В них фіксуються планирувані завдання, що стосуються функціонування і ефективного розвитку санаторно-курортної галузі. При цьому плани і прогнози необхідно узгоджувати з національними стратегіями розвитку.

Істочники і література:

1. Бурдонов А. Динаміка кількості відпочиваючих і надходження фінансів / А. Бурдонов // Новий Крим. Курорти і туризм. – 2008. – № 4. – С. 17-21.
2. Курбанов С. Здраниці Криму – вчора, сьогодні, завтра. Перехід к ринку, основи ценообранованія / С. Курбанов // Новий Крим. Курорти і туризм. – 2008. – № 4. – С. 8-12.
3. Клейменов А. М. Прогнозування : метод, указання по підг. к практич. і семінар. заняттям для студ. спец. 6.050200 – «Менеджмент організації» / А. М. Клейменов. – Симферополь : КІБ, 2000. – 36 с.
4. Самарцев Е. Кримська туристична індустрія : число туристів росте, проблеми остуються / Е. Самарцев // Гостиничний і ресторанный бізнес. – 2004. – № 3. – С. 3-
5. Ходас А. К. Прогнозування і планування економіки : учеб.-метод. посібник / А. К. Ходас. – М. : Наука, 2007. – 416 с.

Телік Ю.В., Горда О.С.

УДК 339.56

ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ НІМЕЧЧИНИ

Актуальність теми. Зовнішня торгівля Німеччини стала однією з найбільш динамічних галузей господарства, розвиток якої випереджає інші галузі економіки і ріст валового внутрішнього продукту в цілому. При цьому найбільш швидкими темпами росте експорт, стимулюючи розвиток експортно-орієнтованих галузей. Як показує статистичний аналіз, ріст валового внутрішнього продукту Німеччини практично прив'язаний до змін його експортної складової. Ця особливість економічного розвитку Німеччини пояснюється величезним економічним потенціалом і високим рівнем розвитку продуктивних сил Німеччини в умовах насиченості внутрішнього ринку.

Постановка проблеми. Багато вчених приділили свою увагу міжнародній торгівлі Німеччини. Так Акопова Є.С. [1] приділила увагу цьому з точки зору міжнародної економіки і міжнародних економічних відносин в цілому, а тема зовнішньої торгівлі Німеччини знайшла своє місце у роботах Козика Ю.Г. [4], Портера М. [5], Сальвадоре Д. [6] та ін. "Зовнішня торгівля - це фундамент і запорука розвитку нашої економіки і громадської стабільності", - ці слова, сказані міністром економіки Німеччини Л. Ерхардом в 1953 році, в якійсь мірі зумовили роль зовнішньої торгівлі в економічному розвитку Німеччини.

Найголовніших сьгоднішніх тенденцій міжнародної торгівлі Німеччини не було ще розглянуто в роботах вчених, що на сучасному етапі являється очевидним та необхідним для дослідження нового бачення цього процесу.

Мета статті – дослідити тенденції зовнішньої торгівлі Німеччини та визначити перспективи її розвитку.

Результати дослідження. Зовнішня торгівля Німеччини характеризується постійно зростаючим позитивним сальдо зовнішньоторгівельного балансу, яке досягло рекордної величини в 195,3 млрд. євро в 2007 році [1]. Але в 2008 році воно різко зменшилося у наслідок фінансової кризи. Позитивне сальдо зовнішньоторгівельного балансу Німеччини в 2008 році у порівнянні із попереднім роком зменшилося на 20 млрд. євро. Та вже у вересні 2010 року зафіксовано різкий ріст експорту, за місяць він додав 3% і склав 84,3 млрд. євро, фактично досягнувши свого докризового рівня. Імпорт, навпаки, знизився на 1,6%, до 68,7 млрд. євро. У результаті сальдо торгового балансу, склало 15,6 млрд. євро що на 29,7% вище за рівень серпня. За останній рік експорт виріс на 22,5%, імпорт виріс на 18%, а сальдо торгового балансу на 46,6%. Позитивна динаміка пов'язана з падінням євро в першій половині року, про що говорить різкий ріст експорту в країни поза Євросоюзом на 37,7% за рік, в країни Євросоюзу експорт за рік виріс усього на 14,1%, в країни Єврозони на 13,6%. Зате імпорт ріс досить рівномірно, з країн Євросоюзу він виріс на 17,8%, а з інших країн він виріс на 18,3% за останній рік. Спостерігалася невелика розбалансировка, експорт Німеччини в країни Єврозони ріс повільніше, ніж імпорт з цих країн, але розбіжність була не дуже істотною. Сальдо торгового балансу Німеччини позитивне з країнами Єврозони, а також з країнами поза Євро зоною [3].

За величиною зовнішньоторгового обігу Німеччина займає друге місце у світі [7]. На сьогодні близько 24,3% робочої сили Німеччини зайняте в експортній галузі. Іншими словами, кожен четвертий робітник залежить від експорту країни, а для промислових галузей ця доля ще вища.

Німеччина виступає другим за величиною імпортером світу. За 2010 рік в Німеччині було імпортовано товарів і послуг на 698 млрд євро. За останні роки імпортна квота істотно зросла для багатьох галузей. У оброблювальній промисловості вона збільшилася до 22%, в авіакосмічній - до 80%. Збільшення імпоротної квоти пояснюється інтенсифікацією внутрішньогалузевої спеціалізації, яка призводить до росту торгового обміну серед одних і тих же товарних груп. Багато хто з експортних галузей одночасно є і великими імпортерами [2].

ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ НІМЕЧЧИНИ

товарів, які збуваються побічно, рівень зовнішньоторговельної спрямованості цієї галузі досягає 60% [5].

Німеччина - один з видатних постачальників на світовий ринок машин, устаткування і транспортних засобів, що, поза сумнівом, пов'язано з високою конкурентоспроможністю продукції німецького машинобудування на світовому ринку [3]. По питомій вазі у світовому експорті: країна займає перше місце в 22 з 43 підгалузей загального машинобудування, серед них - гірничо-шахтне, поліграфічне устаткування, устаткування для гумової промисловості і виробництва пластмас, вимірвальні прилади, деревообробне, металургійне устаткування. Німеччина займає провідне місце в експорті текстилю і третє місце у світі після КНР і Італії в експорті одягу.

Що стосується перспектив в розвитку німецького експорту, то вони визначаються стратегією Німеччини в завоюванні світового ринку, яка пов'язана із специфікою розміщення чинників виробництва в країні. Характерною рисою розвитку експорту Німеччини є випереджаючі темпи росту наукомістких виробів, на долю яких доводиться більше 40% німецького експорту. Особливо швидкою динамікою відрізняється експорт верстатів з програмним управлінням, продукції електротехнічної галузі, устаткування для атомних електростанцій. Ріст споживання хімічної продукції багатьма сферами промисловості провідних партнерів Німеччини зумовив великий попит на продукцію хімічного машинобудування Німеччини, особливо на комплектні установки.

Слід зазначити, що якщо для імпорту Німеччини характерний досить рівномірне розподілення по товарних статтях, то в експорті спостерігається сильніша концентрація: акцент робиться на чотири групи товарів, а інші статті в експорті країни незначні. Так, в 2009 році доля електротехнічних товарів в експорті Німеччини склала 23%, машин і устаткування - 17%, продукція автомобілебудування - 19% (124 мільярди євро), хімікатів- 11,8% [2].

Останнім часом під впливом комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників економічного і політичного характеру в структурі зовнішньої торгівлі Німеччини сталися глибокі зміни: в експорті збільшилася доля продовольчих, споживчих, хімічних товарів при помітному падінні долі палива, сировини і напівфабрикатів; в той же час в імпорті різко впала питома вага продовольчих товарів, напівфабрикатів, палива і сировини при відповідному рості долі закупівель хімічних продуктів, машинотехнічних виробів і споживчих товарів. Ці тенденції свідчать про вплив міжнародної виробничої спеціалізації і міжнародної кооперації на специфіку економічного розвитку Німеччини: внутрішній ринок сприяє концентрації до оптимальних розмірів однорідного виробництва і зниженню витрат національного виробництва, забезпечуючи тим самим необхідну основу для підвищення конкурентоспроможності продукції національної промисловості Німеччини на світовому ринку [4].

Що стосується географічного розподілу зовнішньої торгівлі Німеччини, то на її прикладі чітко простежується взаємозв'язок між товарним і географічним розподілом зовнішньої торгівлі: провідними партнерами Німеччини є західні капіталістичні країни, структури економік яких мають загальні риси із структурою господарства Німеччини (табл.1).

Таблиця 1. Основні зовнішньоторговельні партнери Німеччини (2009-2010 р) *

	2009 (млрд.євро)	2010 (млрд.євро)	2010/2009 (%)	Частка країни в ТО Німеччини у 2010 р
Експорт	786,2	731,5	+7,5	
у т.ч.:				
ЄС	498,6	466,3	+6,9	63,4%
Інші країни	287,6	265,2	+8,5	36,6
у т.ч.:				
США	69,3	64,9	+6,9	8,8%
Китай	21,3	21,0	+1,4	2,7%
Росія	17,3	15,0	+15,3	2,2%
Японія	13,3	12,7	+4,8	1,7%
Імпорт		575,3	+8,7	
у т.ч.:				
ЄС	368,8	342,6	+7,6	59,0%
Треті країни	256,8	232,8	+10,3	
у т.ч.:				
США	41,3	40,7	+ 1,6	6,6%
Китай		32,8	+ 21,6	6,3%
Росія	21,6	16,3	+ 32,4	3,4%
Японія		21,6	- 0,7	3,4%

*складено автором

Важливе економічне значення як перспективний ринок збуту для Німеччини набувають і країни Центральної і Східної Європи [7]. За даними федерального статистичного відомства на їх частку в 2009 році припадало близько 15% зовнішньої торгівлі Німеччини. Найбільшими торговими партнерами Німеччини в цьому регіоні є Польща, Чехія і Угорщина. Слід зазначити, що Німеччина є основним зарубіжним інвестором в країнах Центральної і Східної Європи, далеко випередивши в загальному об'ємі інвестицій усіх інших членів Євросоюзу. Певною мірою тут позначаються перспективи розширення ЄС

схід і прагнення Німеччини стати безперечним лідером в розширеному Євросоюзі.

Висновки. Зовнішня торгівля являється для Німеччини одним з основних напрямів міжнародних економічних відносин і нерозривно пов'язана з національним виробництвом країни. Як з'ясувалося, зовнішня торгівля визначає динаміку економічного зростання Німеччини, і основні потоки виробничих чинників спрямовані в сектори, орієнтовані на зовнішні ринки. Тому роль і місце Німеччини у світі багато в чому визначається конкурентоспроможністю її продукції і успішністю зовнішньоторговельної стратегії.

Джерела та література:

1. Акопова Е. С. Международная экономика и международные экономические отношения / Е. С. Акопова. – Ростов н/Д., 2000. – 255 с.
2. Битюков С. Германия и ее экономика / С. Битюков // Экономика и жизнь. – 2010. – № 47. – С. 66-76.
3. Борисов С. Германия и ее экономика / С. Борисов // Экономика и жизнь. – 2010. – № 34. – С. 5-10.
4. Козик В. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посібн. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Н. Б. Даниленко. – К. : Знання-Прес, 2003. – 406 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 481 с.
6. Сальвадоре Д. Международная экономика / Д. Сальвадоре. – М., 1998. – 898 с.
7. Шмирков О. Торговля з ЄС : стратегічні бар'єри / О. Шмирков // УК. – 2005. – № 232. – С. 5.

Умеров Э.Ж., Каменев В. В.

УДК: 347.192:008+338.486.5.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Постановка проблемы Современное состояние рыночной экономики Украины характеризуется усиливающейся нестабильностью внешней среды. Неизбежно возникают кризисные ситуации как для системы в целом, так и для отдельных предприятий, повышаются темпы изменений, которые значительно превосходят скорости ответных реакций организации; возрастает частота появления неожиданных событий, их непредсказуемость.

В таких условиях становится невозможным осуществлять управление путем реакции на уже возникшие проблемы на основе предшествующего опыта. Очевидно, что предприятиям без четких программных действий существовать невозможно; одних только мер менеджмента по адаптации компании к быстро меняющейся внешней среде, недостаточно. Для того, чтобы выжить в условиях кризиса и усилить свои позиции в рыночной среде, необходимо на профессиональном уровне заниматься стратегическим управлением не только на функциональном уровне, но и на уровне формирования поэтапных действий, нацеленных на результат.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика стратегического управления в условиях кризиса подробно исследована во многих работах отечественных и иностранных авторов, таких как О. Виханский, Б. Райзберг, а также И. Ансофф, П. Друкер, М. Кастельс, Ф. Котлер, М. Портер. В работах некоторых исследователей (Э.А. Уткин, А. Грязновой, А.Евсеев, З.Айвазян, В.Кириченко) проведены довольно успешные исследования взаимосвязей между стратегическим управлением и управлением в условиях кризиса, приведены методические аспекты проблемы. Однако, предлагаемые подходы раскрыты в этих источниках недостаточно подробно[3, с 114]. В украинской литературе этот вопрос исследован поверхностно, поэтому предпринимателям в Украине приходится использовать методы разработки стратегии, не адаптированные к условиям функционирования предприятий в условиях кризиса. Особое внимание в публикациях по этой тематике уделено таким вопросам: сущность и принципы стратегической деятельности, сущность антикризисного управления, кризис предприятия, классификация кризисных ситуаций и др.

Крупнейший теоретик стратегического управления Игорь Ансофф определяет ситуацию как кризисную в том случае, если[2, с. 60]:

- ситуация возникает внезапно и вопреки ожиданиям;
- ситуация ставит новые задачи, не соответствующие реальной деятельности (при неумении принять ответные решения это приводит либо к крупному финансовому ущербу, либо к ухудшению возможностей получения прибыли);
- решения должны быть приняты срочно, но обычный, существующий в фирме порядок действий этого не позволяет.

Целью статьи является выявление подходов и концепций стратегического управления в условиях кризиса, что позволит сделать выбор наиболее эффективной системы управления деятельности организации в условиях кризиса.

Основной материал исследования. Кризис предприятия вызывается несоответствием его финансово-хозяйственных показателей параметрам окружающей среды, что в свою очередь обусловлено неверно выбранной стратегией и, как следствие, слабым адаптацией к рыночным условиям. В свою очередь, кризис рыночной системы хозяйства характеризуется резким спадом производства в результате нарушения равновесия между спросом и предложением на какой-либо товар или в какой-либо определенной отрасли хозяйства. Либо это явление возникает как перепроизводство, сопровождаемое стремительным падением цен, банкротством банков и остановкой производственных пр