

4. Манахова И.В. Трансформация социально-экономического содержания потребления в информационной экономике. Известия Саратовского. ун-та. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2012. Т. 12. Вып. 4. С. 36-41.

5. Офіційний сайт ФАО URL:
<http://www.word4you.ru/interesting/7749/>

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ГЛОБАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ

***ЛОМОВСЬКИХ Л. О., ДОКТ. ЕКОН. НАУК, ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.В. ДОКУЧАЄВА***

Глобалізація світової економіки формує нові конкурентні умови діяльності міжнародних компаній, які об'єктивно впливають на всі рівні та сфери їх взаємодії з навколишнім середовищем.

Глобалізація економічного розвитку є результатом значної взаємозалежності окремих структурних елементів світового господарства. Вона ґрунтується на його цілісності, яка посилюється в умовах широкого розгортання інтернаціоналізації виробництва та обміну, інтенсифікації процесів інтеграції. Відбувається «суперечливий процес глобального синтезу світового масштабу, який охоплює всі країни світу» [1]. В.В. Липов виділяє такі рівні економічної стратегії: глобальний; міжнародний регіональний; національний; регіональний; окремих підприємств; стратегії внутрішнього розвитку підприємств [2, 3].

Компаніям, що планують вихід на міжнародні ринки, важливо розробити глобальну конкурентну стратегію. Розробка такої стратегії можлива лише за умови аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища компанії, яке в свою чергу, поділяється на мікро- і макросередовище. Виділяють економічні, політико-правові, науково-технологічні, природно-географічні, демографічні і, звичайно, соціокультурні. При розробці глобальних конкурентних стратегій компанії в першу чергу звертають на дослідження і аналіз таких чинників, як економічні, політико-правові, демографічні. Дослідженню групи соціокультурних чинників часто не приділяють належної уваги. Нехтування дослідженням даної групи чинників, а саме аналізом устоїв, традицій, які, як відомо, мають неабиякий рівень впливу на ефективне завоювання міжнародних ринків.

Ціла низка як зарубіжних, так і вітчизняних учених наголошує на актуальності і важливості соціокультурних чинників. Так, гарвардський вчений С. Хоффман [4], зазначав, що існує три форми глобалізації – економічна, культурна та політична. Наявність і важливість культурних чинників визнають в своїх роботах С. Хантінгтон [5], В. Коллонтай [6] (культура, релігія, система цінностей, пріоритетів), Н. Косолапов [7] та ін.

Стратегія виходу на міжнародний ринок має враховувати непередбачені соціокультурні особливості, які несе в собі зарубіжний споживчий ринок. Звичайно, неможливо засвоїти всі відмінності культурних норм власної і чужої країн (ці особливості пов'язані з національними традиціями, укладами, релігіями, системами цінностей, особливостями ведення побуту). Але можна виокремити культурні особливості, що становлять найбільший ризик для бізнес-діяльності на тій чи іншій території, аби краще підготуватися до сприйняття тонкощів поведінки її населення.

В той же час здобутки одних народів, країн поширюються по всьому світу, перетворюючись на міжнародну практику. Цьому значною мірою сприяє бажання пізнавати і сприймати щось нове. Так, якщо поглянути в минуле, можна припустити, компанія McDonald's не була впевненою в своєму успіху, виходячи на ринки пострадянського простору. Культура, традиції харчування слов'янських народів значно відрізнялися і по сьогодні відрізняються від американських. Але компанія вже випробувала свої стратегії на європейських країнах, крок за кроком наближаючись до наміченої цілі. І перемогла. Бажання пізнати нове, скуштувати незвичні страви допомогло компанії закріпитися на обраному ринку. Звичайно, ця стратегія, в першу чергу, була спрямована на, так званих, новаторів. Адаже компанія навряд чи могла передбачити успіх на ринку. Завдяки грамотній конкурентній стратегії компанія McDonald's зуміла ввійти на невідомі їй ринки, не зважаючи на устої і традиції, що та вже існували.

Важливість врахування соціокультурних чинників носить беззаперечний характер. Це те, чим компанії не можуть нехтувати при виході на міжнародні ринки, оскільки ризикують не отримати бажаних позицій на ринку.

Література.

1. Международные стратеги экономического развития: Учебник / Ю.Н. Пахомов, А.С. Филипенко, Д.Г. Лукьяненко и др. Донецк: ДонНУ, 2001. 239 с.

2. Липов В. В. Глобальна економіка : навчальний посібник: у 2-х частинах. Частина 2. Сучасний стан, проблеми та перспективи глобального розвитку [Електронний ресурс] Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 235 с.

3. Липов В. В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. Економіка України. 2018. № 3. С. 21-35.

4. Хоффман С. Столкновение глобализаций // Россия в глобальной политике. 2003. Т.1, № 1 (январь-март). С.78-91.

5. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. Пер. с англ. Т. Велимеева. Ю. Новикова. М: ООО «Издательство АСТ», 2003. 603 с.

6. Коллонтай В. Эволюция западных концепций глобализации // Мировая экономика и междунар. отношения. 2002. № 1. С. 24-30;

7. Косолапов Н. Глобализация: сущностные и международно-политические аспекты // Мировая экономика и междунар. отношения. 2001. № 3. С. 69-73.

ПЕРЕДОВИЙ СВІТОВИЙ ДОСВІД – ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

***МЕЛЬНИЧЕНКО О.А., ДОКТОР НАУК
З ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ, ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

В розвинених країнах світу накопичено значний позитивний досвід розвитку лісового господарства – "лісопромислового комплексу країни, що поєднує виробників і споживачів головної продукції лісівництва" [4, с. 70]. "Вивчення передового зарубіжного досвіду щодо управління лісовим господарством і порівняння типових моделей управління дозволить уникнути їх надмірної переоцінки та потенційних помилок у впровадженні, а також виділити ті аспекти, які можуть бути враховані у процесі реформування лісового господарства України" [1, с. 82]. Означене й обумовлює актуальність даного дослідження.

Проведення узагальнень публікацій за даною проблематикою [2; 3; 5–8 та ін.] дозволило виокремити для подальшої адаптації до умов України такий передовий світовий досвід розвитку лісового господарства: застосованим механізмом аутсорсингу при використанні відходів лісозаготівлі, будівництві, облаштуванні й забезпеченні функціонування споруд для рекреаційних, культурно-оздоровчих, спортивних, туристичних й освітньо-виховних цілей (країни Європи); використання державно-приватного партнерства залежно від