

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Ю. М. Панкова,

викладач

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Pankova@karazin.ua

У роботі розглянуті питання щодо існуючих методичних підходів до аналізу соціокультурних факторів розвитку міжнародного бізнесу. Актуальність дослідження обумовлена тим, що міжнародний бізнес, виходячи за національні рамки, стикається з необхідністю адаптації до різних соціально-культурних моделей країн. Культурні та соціальні відмінності грають істотну роль під час розвитку міжнародного бізнесу, здійснюючи сильний вплив на граничну ефективність ділової спільної діяльності. Це породжує значні крос-культурні проблеми організації міжнародного бізнесу.

Метою статті є дослідження існуючих методів і моделей аналізу факторів впливу на соціально-економічні процеси і розробка методики аналізу впливу соціокультурних факторів на розвиток міжнародного бізнесу.

На підставі проведеного дослідження в роботі було зроблено висновок щодо необхідності проведення комплексного аналізу з метою уникнення помилок у визначенні та формуванні стандартизованих підходів до виділення соціокультурних чинників, які впливають на розвиток міжнародних відносин і принципів ведення бізнесу. В результаті реалізації запропонованого методичного підходу можуть бути сформовані групи країн, що мають схожі стереотипи ведення бізнесу при здійсненні міжнародного співробітництва на підставі розрахунку показників соціокультурної відстані країн.

Ключові слова: соціокультурні фактори, міжнародний бізнес, багатфакторний аналіз, нечіткі множини, кластерний аналіз, показник соціокультурної відстані країни.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

В работе рассмотрены вопросы относительно существующих методических подходов к анализу социокультурных факторов развития международного бизнеса. Актуальность исследования обусловлена тем, что международный бизнес, выходя за национальные рамки, сталкивается с необходимостью адаптации к различным социально-культурным моделям стран. Культурные и социальные различия играют существенную роль в развитии международного бизнеса, оказывая сильное влияние на предельную эффективность совместной деятельности. Это порождает значительные кросс-культурные проблемы организации международного бизнеса.

Целью статьи является исследование существующих методов и моделей анализа факторов влияния на социально-экономические процессы и разработка методики анализа влияния социокультурных факторов на развитие международного бизнеса.

На основании проведенного исследования в работе сделан вывод о необходимости проведения комплексного анализа во избежание ошибок при определении и формировании стандартизированных подходов к выделению социокультурных факторов, влияющих на развитие международных отношений и принципов ведения бизнеса. В результате реализации предложенного методического подхода могут быть сформированы группы стран, имеющие сходные стереотипы ведения бизнеса при осуществлении международного сотрудничества на основании расчета показателей социокультурного расстояния стран.

Ключевые слова: социокультурные факторы, международный бизнес, многофакторный анализ, нечеткие множества, кластерный анализ, показатель социокультурного расстояния страны.

METHODICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF SOCIOCULTURAL FACTORS OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

The paper deals with the issue of existing methodological approaches to the analysis of socio-cultural factors in the development of international business. The relevance of the study defined by the fact that the international business, going beyond national boundaries, faced with the need to adapt to different social and cultural patterns of countries. Cultural and social differences play a significant role in the development of international business, making a strong impact on the marginal efficiency of business joint ventures. This creates significant cross-cultural issues of international business.

The aim of the article is to examine the existing methods and models of analysis of factors influence the socio-economic processes and the development of methods of analysis of the influence of socio-cultural factors in the development of international business.

On the basis of the research work, the author concludes that it is necessary to conduct a comprehensive analysis on the basis of the use of several methods of factor analysis in order to avoid errors in determining the formation of a standardized approach to the allocation of social and cultural factors that influence the development of international relations and business principles. As a result of the proposed methodical campaign the author formes groups of countries with similar patterns of doing business in international cooperation on the basis of the calculation of socio-cultural distance performance of countries.

Keywords: socio-cultural factors, international business, multivariate analysis, fuzzy sets, cluster analysis, the rate of social and cultural distance of the country.

Розвиток міжнародного бізнесу залежить від багатьох факторів і умов, які визначають його специфіку. Міжнародний бізнес, виходячи за національні рамки, стикається з необхідністю адаптації до різних соціально-культурних моделей країн. Культурні та соціальні відмінності грають істотну роль у розвитку міжнародного бізнесу, здійснюючи сильний вплив на граничну ефективність ділової спільної діяльності. Це породжує значні крос-культурні проблеми організації міжнародного бізнесу – протиріччя, що виникають у нових соціальних і культурних умовах, обумовлених відмінностями в соціокультурних стереотипах окремих груп людей в різних країнах. Формування соціокультурних стереотипів, у тому числі в бізнес-середовищі, відбувається під впливом традицій, накопичених знань, віри, моральних принципів, демографічних особливостей, рівня доходів населення, законів, звичаїв та інших здібностей і звичок, які були сформовані суспільством окремих країн.

Таким чином, основними факторами, що впливають на формування макросередовища компаній, що діють на міжнародних ринках збуту, є соціокультурні чинники, а саме демографічна ситуація, освітній рівень, система охорони здоров'я і соціального забезпечення, трудова мобільність, звички і захоплення населення, спосіб життя, пріоритети поколінь (цінності людей), традиції, загальноприйняті етичні норми, соціальна організація суспільства тощо.

У міжнародному бізнесі відмінності в базових факторах соціально-культурного середовища можуть створювати великі складності й викликати загрози для розвитку відносин у бізнесі. У зв'язку з цим коректна оцінка відмінностей національних культур і соціальних умов, а також їх адекватний облік при формуванні стратегії бізнесу в умовах міжнародного співробітництва набувають особливої актуальності.

Дослідженням соціокультурних факторів, що впливають на розвиток бізнесу, в тому числі міжнародного, присвячено праці зарубіжних і вітчизняних таких вчених та практиків, як Є. Азарян, Р. Ароном, Д. Белл, Ф. Бродель, Е. Гідденс, І. Діскін, С. Доллінгер, Е. Дюркгейм, Б. Єрасов, Ф. Котлер, Н. Лебедева, Р. Льюїс, Л. Петрашко, О. Платонов, М. Портер, Р. Робертсон, П. Сорокін, Дж. Стігліц, А. Тойнбі, Ф. Тромпенаарс, А. Уткін, Ф. Фукуяма, Р. Хайлбронер, Г. Хофстеде, Ш. Шварц, О. Шпенглер та інші [7, 14, 16].

Методологічні та методичні аспекти факторного аналізу з використанням методів багатовимірного статистичного аналізу розглядалися в роботах таких вчених, як Т. Клебанова, М. Кизим, В. Литвинова, А. Орлов, Д. Радулов, Е. Раєвнева, Н. Сабліна, Ю. Терехов, А. Шеремет, А. Янков [1-4, 8-11, 13, 15]. Особливий внесок у становлення методології багатовимірного статистичного аналізу було зроблено В. Плютою [5, 6].

Незважаючи на різноманіття існуючих підходів до аналізу факторів впливу на розвиток соціально-економічних процесів, саме дослідженню впливу соціально-культурних чинників на розвиток міжнародного бізнесу приділено недостатньо уваги.

Метою статті є узагальнення існуючих методів і моделей аналізу факторів впливу на соціально-економічні процеси й розробка методики аналізу впливу соціокультурних факторів на розвиток міжнародного бізнесу.

Вченими неодноразово робилися спроби виділення соціокультурних особливостей різних етносів з точки зору виділення специфіки ведення бізнесу й встановлення міжнародних комунікацій. Існуючі концепції класифікації соціокультурних чинників, що виділяють особливості окремих країн у веденні міжнародного бізнесу, досить різноманітні. Найбільш відомі теорії, які описують вплив соціокультурних чинників на міждержавні відносини, наведено в таблиці 1.

Представлені теорії дають можливість скласти уявлення про соціокультурні особливості різних країн та їх специфіку організації бізнесу. Однак спектр чинників, які можуть вплинути на специфіку організації міжнародного співробітництва, набагато ширше. Дані методи також характеризуються розмитістю кордонів виділених груп, параметри і критерії класифікації яких мають якісні характеристики. Зазначені недоліки говорять про необхідність більш глибокого дослідження соціокультурних чинників, що характеризують специфіку організації міжнародного співробітництва між різними країнами.

Класифікація методів, які застосовуються для аналізу впливу різних чинників, в тому числі й соціокультурних, на розвиток міжнародного бізнесу, представлена на рис. 1.

Розглянемо деякі методи й моделі аналізу факторів впливу на соціально-економічні процеси більш докладно.

Факторний аналіз трактується як розділ багатовимірного статистичного аналізу, що поєднує оцінки розмірності множини змінних, які спостерігаються, за допомогою дослідження структури коваріаційних або кореляційних матриць. Основні ідеї факторного аналізу були закладені психологом Ф. Гамільтоном. Математичний факторний аналіз розроблявся Ч. Спірменом, Хотелінгом, Харманом, Кайзером, Такером. Факторний аналіз дозволяє виявити фактори, що відповідають за наявність лінійних кореляційних зв'язків між змінними (явищами), що досліджуються. До цілей факторного аналізу відносять: визначення взаємозв'язку між змінними, їх класифікація, скорочення кількості змінних (факторів). Використовують наступні типи факторного аналізу [4]:

1. Детермінований (функціональний) – результативний показник представлений у вигляді множення, ділення або алгебраїчної суми факторів.

**Найбільш відомі теорії, які описують вплив
соціокультурних чинників на міждержавні відносини та розвиток бізнесу**

Найменування теорії	Критерій класифікації	Типи соціокультурних відмінностей	Приклади культур
Теорія параметрів культурних відмінностей Р. Льюїса	Ставлення нації до часу, ставлення до зміни реальності	Моноактивні – культура з лінійним ставленням, передбачає послідовне виконання людиною дій. Початок одного етапу активності неодмінно вимагає закінчення попереднього	Англіїці, американці, північні європейці, німці та інші англосакси
		Поліактивні – передбачає виконання кількох завдань одночасно	Латиноамериканські та південноєвропейські держави
		Реактивні – припускає гнучке ставлення до часу, яке визначається не чітко наміченими планами і цілями, а залежить від обставин, що склалися	Азіатські країни
Теорія культурного виміру Г. Хофстеде	Дистанція влади в даній культурі	Високий рівень дистанції влади	Азіатські, латиноамериканські та африканські держави
		Низький рівень дистанції влади	Держави північної і центральної Європи, англосаксонські держави
	Індивідуалізм/колективізм	Колективістські культури	Азіатські країни і країни арабського Сходу
		Індивідуалістичні культури	Країни англосаксонської цивілізації (США, Англія, Австралія, країни Західної Європи)
	Уникнення невизначеності	Високий рівень уникнення невизначеності	Німеччина, Швейцарія, Японія та деякі країни Латинської Америки
		Низький рівень уникнення невизначеності	Сінгапур, США, Велика Британія та Індія
	Співвідношення жіночності/мужності культури	Мужня культура визначається впевненістю в собі, орієнтованістю на особистісні досягнення, матеріальним успіхом і владою. Акцент в культурі ставиться на кар'єрні досягнення, при цьому в першу чергу цінується самовпевненість, рішучість і конкурентоспроможність	США, Велика Британія, Японія і Німеччина
		У жіночній культурі перевага надається особистісним відносинам, якості життя та добробуту. Домінуючими цінностями вважаються взаємини між людьми, турбота про інших й загальна якість життя	Латиноамериканські країни, Іспанія, Франція й деякі азіатські країни
Модель культури Ф. Тромпенаарса і Ч. Хемпден-Тернера	універсалізм/партикулярізм, конкретність/дифузність, індивідуалізм/колективізм; емоційність/нейтральність, досягнення/аскрипція, ставлення до часу, ставлення до природи	«Сім'я» – повага особистості, тісні зв'язки в колективі, увага до кожного індивідуума. З іншого боку – сувора ієрархія й орієнтованість на владу	Італія, Іспанія, Греція, Кіпр, країни Азії та Латинської Америки
		«Ейфелева вежа» – всі функції і повноваження чітко розділені між співробітниками, а керування відбувається зверху, ніби з вершини вежі, контроль за нижчими рівнями тільки в залежності від чітко сформульованих інструкцій, будь-який прояв особистих відносин згубно впливає на організацію бізнесу	США, Німеччина, Австрія, Австралія
		«Самонавідні ракети» – ефективність співробітника, його внесок у підприємство, всі в рівній мірі допускаються до вирішення тієї чи іншої проблеми, корпоративна культура не передбачає жорсткого розподілу організаційних ролей та обов'язків	Велика Британія, Нідерланди та Скандинавські країни
		«Інкубатор» – компанії створюються для самореалізації людини й повинні звільнити його від рутинних занять на користь творчості	Залежить не стільки від національних характеристик, скільки від бажання молодих підприємців об'єднувати блискучі ідеї для розвитку власного бізнесу

Складено автором за матеріалами [14, 16]

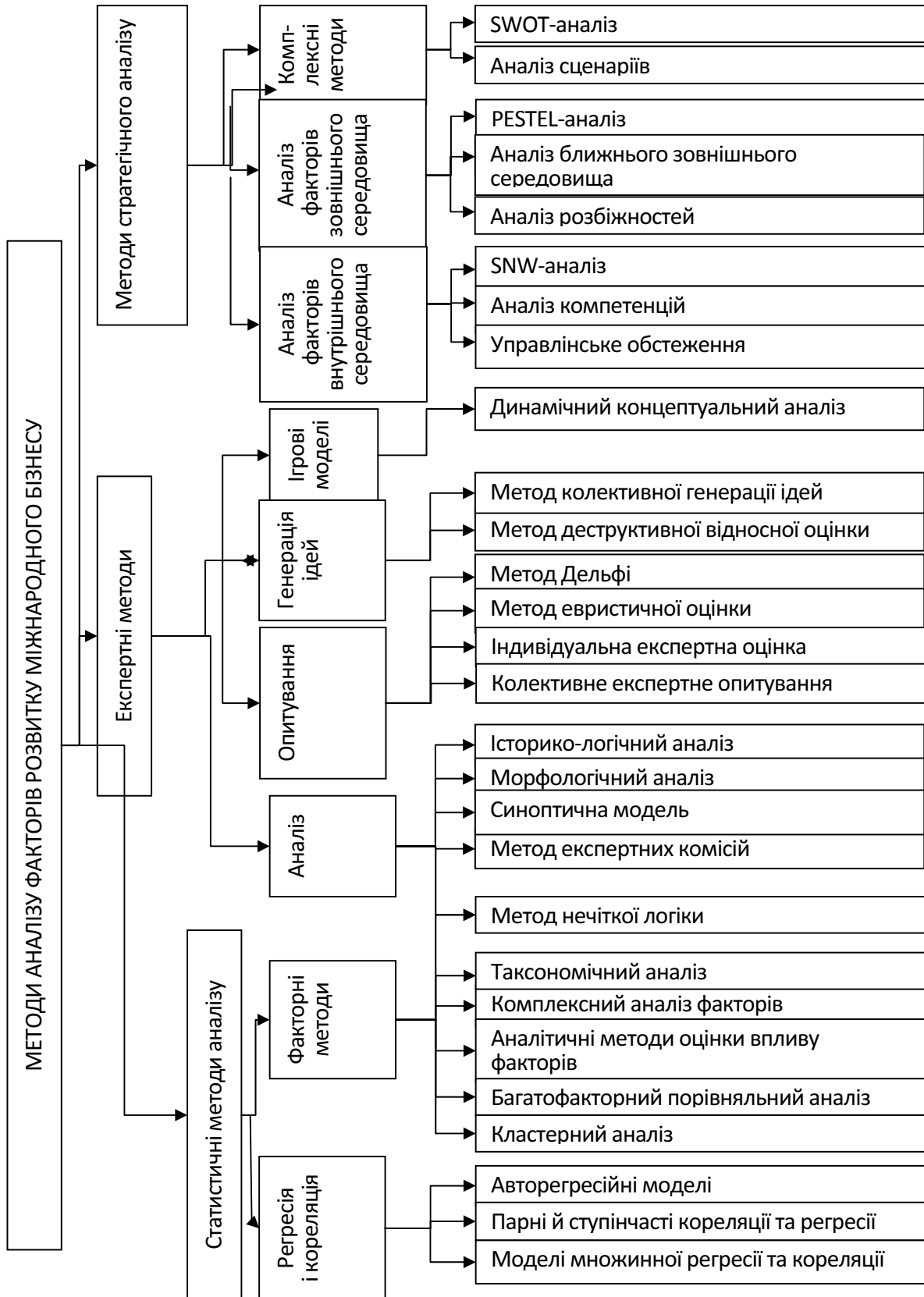


Рис. 1. Класифікація методів аналізу впливу соціокультурних чинників на розвиток міжнародного бізнесу [1–13, 15]

2. Стохастичний (кореляційний) — зв'язок між результативним і факторними показниками є неповним або ймовірнісним.

3. Прямий (дедуктивний) — від загального до конкретного.

4. Зворотний (індуктивний) — від часткового до загального.

5. Одноступінчастий і багаступінчастий.

6. Статичний і динамічний.

7. Ретроспективний і перспективний.

Також факторний аналіз може бути розвідувальним, який здійснюється при дослідженні прихованої структури чинника без припущення про число факторів і їх навантаження, і конфірматорним, призначеним для перевірки гіпотез щодо кількості факторів та їх навантаження.

Практичне виконання факторного аналізу починається з перевірки його умов. Обов'язковими умовами факторного аналізу є такі:

- всі ознаки повинні бути кількісними;
- кількість ознак повинна бути в два рази більше кількості змінних;
- вибірка повинна бути однорідною;
- вихідні змінні повинні бути розподілені симетрично;
- аналіз здійснюється за змінними, що корелюють.

При аналізі в один фактор об'єднуються змінні, які сильно корелюють між собою, як наслідок відбувається перерозподіл дисперсії між компонентами і виходить максимально проста і наочна структура факторів. Після об'єднання корельованість компонент всередині кожного фактора між собою буде вищою, ніж їх корельованість з компонентами з інших чинників. Ця процедура також дозволяє виділити латентні змінні.

За характером взаємозв'язку між показниками розрізняють методи детермінованого і стохастичного факторного аналізу. Детермінований факторний аналіз — методика дослідження впливу чинників, зв'язок яких з результативним показником носить функціональний характер, тобто коли результативний показник факторної моделі представлений у вигляді добутку, частки або алгебраїчної суми факторів. Методами детермінованого факторного аналізу є такі: метод ланцюгових підстановок; метод абсолютних різниць; метод відносних різниць; інтегральний метод; метод логарифмування [4].

Стохастичний аналіз — методика дослідження факторів, зв'язок яких з результативним показником на відміну від функціонального є неповним, ймовірнісним (кореляційним). Якщо при функціональній (повній) залежності зі зміною аргументу завжди відбувається відповідна зміна функції, то при кореляційному зв'язку зміна аргументу може дати декілька значень приросту функції в залежності від поєднання інших факторів, що визначають даний показник. До методів стохастичного факторного аналізу відносяться: спосіб парної кореляції; множинний кореляційний аналіз; матричні моделі;

математичне програмування; метод дослідження операцій; теорія ігор [3].

Встановлення залежностей між узагальнюючими (результативними) економічними показниками і чинниками, що впливають на них, може здійснюватися на підставі застосування таких методів, як дисперсійний аналіз, кореляція Пірсона, критерій «Хі-квадрат», Т-критерій Стьюдента, U-критерій Манна-Уїтні, Критерій Краскела-Уолліса, кореляція Спірмена, кореляція Кеудела [6].

Необхідно також розрізнити статичний і динамічний факторний аналіз. Перший з них застосовується при дослідженні впливу факторів на результативні показники на відповідну дату. Інший вид представляє собою методика дослідження причинно-наслідкових зв'язків у динаміці.

І нарешті, факторний аналіз може бути ретроспективним, який вивчає причини приросту результативних показників за минулі періоди, і перспективним, який досліджує поведінку факторів і результативних показників у перспективі.

До низки методів порівняльної комплексної факторної оцінки можуть бути віднесені наступні: метод підсумовування значень всіх показників, метод суми місць, метод суми балів, метод відстаней, таксонометричний метод [1, 5, 10].

Наведені вище методи багатовимірного порівняльного аналізу, а також інші статистичні методи аналізу факторів впливу на розвиток міжнародного бізнесу мають загальний для цих методів недолік, пов'язаний з неможливістю поєднання поряд з кількісною оцінкою їхньої якісної оцінки. Крім цього, важливим недоліком даних методів є неможливість обліку динаміки показників, що характеризують специфіку соціокультурних чинників — відсутність чітких меж оцінки, що не дає можливості в повній мірі використовувати ці методи для досліджуваної проблематики.

Деякі із зазначених проблем статистичних методів аналізу соціокультурних факторів, що впливають на розвиток міжнародного бізнесу, можуть бути усунені за допомогою застосування стратегічних методів аналізу. Зокрема, дана група методів дозволяє включати як кількісні, так і якісні параметри. Серед найбільш часто вживаних методів стратегічного аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища організації міжнародного бізнесу можуть бути названі такі методи, як аналіз розбіжностей, який спрямований на вивчення стратегічної та конкурентної інформації про специфіку соціокультурних факторів даної країни задля розуміння того, що може забезпечити більш активну діяльність компаній на зовнішніх ринках збуту за допомогою впливу на розробки в області державної зовнішньоекономічної політики; аналіз загального навколишнього середовища (PESTEL), який передбачає аналіз зовнішнього середовища, що охоплює соціокультурні, технологічні, економічні, екологічні, політичні або законодавчі фактори, що впливають на роз-

виток міжнародного бізнесу; аналіз сценаріїв, що припускає проведення досліджень альтернативними напрямками опису майбутнього в турбулентних і стрімко мінливих умовах; багатofакторний аналіз ближнього зовнішнього середовища, спрямований на розгляд зовнішнього середовища як особливого бізнес-ресурсу (ринок робочої сили — людський ресурс; ринок капіталу — фінансовий ресурс; ринок технологій — технологічний ресурс; ринок постачальників комплектуючих — ресурс кооперації; ринок всіх інших факторів бізнесу організації — системний ресурс чинників бізнесу) підприємства в процесі міжнародних відносин; SWOT-аналіз, що є аналогом більш детального ситуаційного аналізу, який проводиться для оцінки можливого зіставлення організаційної стратегії підприємства в процесі міжнародного співробітництва та її внутрішніх можливостей і зовнішніх умов [7].

Методи стратегічного аналізу ґрунтуються на методах експертного оцінювання. Методом експертного факторного аналізу є процедура отримання оцінки ступеня впливу фактора на розвиток міжнародного бізнесу на основі думок експертів з метою подальшого прийняття рішення (вибору). Прийнято виділяти дві групи експертних оцінок: індивідуальні методи оцінки, які ґрунтуються на використанні думок окремих експертів, незалежних один від одного, та колективні методи оцінки, які ґрунтуються на використанні колективної думки експертів. Використовуються такі методи експертних оцінок: метод асоціацій; метод парних (бінарних) порівнянь; метод векторів переваг; метод фокальних об'єктів; індивідуальне експертне опитування; метод середньої точки. Найбільш відомими і часто вживаними в міжнародній практиці є такі методи експертних оцінок: метод Дельфі, мозковий штурм і метод аналізу ієрархій. Основним недоліком експертних методів є суб'єктивізм оцінок, неможливість обробки великих масивів інформації, відмінності (неузгодженість) думок експертів, необхідність додаткової обробки результатів дослідження [4].

Більш формалізованим, у порівнянні з експертними оцінками, підходом до аналізу соціокультурних чинників може бути названий метод нечіткої логіки. Нечітка логіка є розділ математики, який узагальнює класичну логіку і теорії множин. Базовим поняттям нечіткої логіки є «нечітка множина», яке вперше було введено Лютфі Заде в 1965 році як об'єкт з функцією належності елемента до множини, що приймає будь-які значення в інтервалі $[0; 1]$, а не тільки 0 або 1. На основі цього поняття вводяться різні логічні операції над нечіткими множинами і формулюється поняття лінгвістичної змінної, в ролі значення якої виступають нечіткі множини. Перевагою цього методу є те, що він дозволяє якісні параметри трансформувати в кількісні значення завдяки побудові функції належності до нечіткої множини [2]. Предметом нечіткої логіки вважається

дослідження міркувань в умовах нечіткості, розмитості, схожих з міркуваннями в звичайному сенсі, та їх застосування в обчислювальних системах, що відкриває широкі можливості для врахування великої кількості соціокультурних факторів, що впливають на розвиток міжнародного бізнесу, обліку як кількісних, так і якісних показників (побудова функцій належності), розробка на їх основі інтегральних показників.

Для здійснення багатовимірного статистичного аналізу виконується збір даних, які містять інформацію про вибірку аналізованих об'єктів, і потім здійснюється упорядкування об'єктів в порівняно однорідній групі застосовують кластерний аналіз. Кластерний аналіз має такі основні завдання: розробка типології або класифікації чинників; дослідження адекватних концептуальних схем групування факторів. Проведення кластерного аналізу здійснюється у відповідності з наступними етапами [6]:

- формування вибірки для кластеризації, що включає кількісні дані;
- визначення простору ознак;
- виявлення міри схожості (або відмінності) між аналізованими об'єктами на підставі даних вибірки (наприклад, розрахунку матриці відстаней між окремими факторами);
- формування груп схожих об'єктів (метод куль, дендритів та ін.);
- перевірка достовірності результатів кластерного угруповання.

В результаті проведення кластерного аналізу можуть бути сформовані групи найбільш схожих за соціокультурними факторам країн, що здійснюють міжнародне співробітництво.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що для комплексного аналізу і формування стандартизованих підходів до виділення соціокультурних чинників, які впливають на розвиток міжнародних відносин і принципів ведення бізнесу, необхідне комплексне використання методів багатовимірного факторного аналізу. Методичний підхід повинен включати наступні основні етапи:

1. Відбір факторів: формування гіпотези щодо соціокультурних факторів, оцінювання факторів експертами, формування остаточного переліку факторів.
2. Систематизація факторів. Використання апарату нечіткої логіки щодо оцінки значення соціокультурних факторів для кожної країни, що аналізується. Обґрунтування функцій належності до нечіткої множини. Формування параметрів, що характеризують соціокультурні умови ведення бізнесу на підставі нечіткої логіки.
3. Моделювання взаємозв'язку між результативним та факторними показниками.
4. Розрахунок впливу факторів та оцінка ролі кожного з них у зміні величини результативного показника.

5. Практичне використання факторної моделі.

6. Кластеризація країн, розрахунок коефіцієнтів відстані (показників соціокультурної відстані різних країн), формування груп за принципом схожості соціокультурних факторів.

7. Обґрунтування характеру моделі розвитку міжнародного бізнесу за визначеними групами країн.

В результаті реалізації запропонованого методичного підходу можуть бути сформовані групи країн, що мають схожі стереотипи ведення бізнесу при здійсненні міжнародного співробітництва на підставі розрахунку показників соціокультурної відстані різних країн, які можуть бути використані в ролі оцінки ступеня, в якій соціокультурні норми однієї країни відрізняються від норм іншої країни.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження методів багатовимірного аналізу соціокультурних факторів, які впливають на розвиток міжнародного бізнесу в різних країнах, можна зробити висновок, що окремі існуючі методики не дають адекватну оцінку наявних крос-культурних процесів, не в повній мірі відповідають цілям дослідження. Повинен бути застосований комплексний підхід до

оцінки факторів впливу на розвиток міжнародного бізнесу в кожній країні. Це пояснюється тим, що в умовах національного розмаїття ділових культур особисте значення мають соціокультурні чинники. Мультикультурний аспект зовнішнього бізнес-середовища вимагає формування міжнародними корпораціями орієнтирів для створення і розвитку моделей міжнаціональних корпоративних культур, які дозволили б подолати існуючі соціокультурні відмінності. Всебічний аналіз даного феномену за допомогою виділення схожих рис на підставі розрахунку показника соціокультурної відстані різних країн і об'єднання їх в групи за ступенем схожості дадуть можливість сформувати принципи роботи на міжнародних ринках збуту з урахуванням особливостей управління, внутрішнього клімату, корпоративних цінностей, комунікацій, лідерських якостей топ-менеджерів, соціально-психологічних відносин різних країн. Проведене дослідження обумовлює доцільність формування системи соціокультурних чинників, які дозволили б урахувати крос-культурні відмінності і підвищили б ефективність міжнародного співробітництва.

Література:

1. Модели оценки неравномерности и циклической динамики развития территорий : монография [текст] / Под ред. Т. С. Клебановой, Н. А. Кизима. — Х. : ИД «ИНЖЭК», 2011. — 352 с.
2. Орлов А. И. Математика нечеткости. / А. И. Орлов // Наука и жизнь. — 1982. — №7. — С. 60-67.
3. Орлов А. И. Организационно-экономическое моделирование : учебник : в 3 ч. / А. И. Орлов. — М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011. — 486 с.
4. Орлов А. И. Теория принятия решений : учебное пособие / А. И. Орлов. — М. : Март, 2004.
5. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / В. Плюта / Пер. с польск. — М. : Финансы и статистика, 1989. — 175 с.
6. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. — М. : Статистика, 1980. — 151 с.
7. Портер М. Курс МВА по стратегическому менеджменту / М. Портер, Дж. Самплер, С.К. Прахалад и др. — М, Альпина, 2002. — С. 311-316.
8. Радулов Д. Д. Применение таксономического метода для оценки влияния внешних факторов конкурентоспособности предприятия / Д. Д. Радулов // Бизнес Информ. — 2014. — № 2. — С. 293 — 299.
9. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства : методологія, механізми, моделі : монографія / О. В. Раєвнева. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. — 496 с.
10. Решетняк Е. И. Методы многомерного сравнительного анализа при оценке конкурентоспособности предприятия / Е. И. Решетняк, Р. О. Лободин // Бизнес Информ. — 2016. — №9. — С. 100 — 105.
11. Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутреннего ресурса предприятия / Н. В. Саблина, В. А. Теличко // Бизнес Информ. — 2009. — № 3. — С. 78 — 82.
12. Скороспелов Д. Нечеткие множества для нечетких выводов / Д. Скороспелов // Управление компанией. — 2005. — № 5.
13. Терехова Ю. О. Оценка конкурентоспособности и качества функционирования региональных предприятий / Ю. О. Терехова [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2009/02/rus_32.pdf
14. Тромпенаарс Ф. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс. Ч. Хемпден-Тернер; пер. с англ. Е. П. Самсонова — Мн. : Попурри, 2004. — 528 с.
15. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA / А. Г. Янковой. — Одесса : Оптимум. 2001. — Вып. 1. — 216 с.
16. Hofstede G. Culture's Consequences, International Differences in Work-Related Values. Beverly Hill : Sage, 2001. — 459 p.