

ФЕНОМЕН АЛЬТЕРГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

Глобалізація принесла, безперечно, позитивні результати, пов'язані з інтеграцією, взаємодією, співробітництвом, але породила і безліч проблем. Йдеться про зростання розриву між полюсами багатства та бідності, про високу соціальну ціну інтеграції країн, що розвиваються у глобальний економічний простір, про кризу робочих місць і масові звільнення у розвинених країнах, катастрофічне забруднення навколишнього середовища, негативні наслідки розвитку науки і техніки, міжнародний тероризм, витіснення локальних культур, екологічну деградацію, кризу демократії тощо. Саме через боротьбу з цими ефектами глобалізації рух спротиву отримав назву «антиглобалістський», і саме на вирішення цих, створених або загострених глобалізацією проблем, спрямовані зусилля альтерглобалістського руху.

Альтернативність визначається К. Майдаником як категорія – інтегруюча історичну тенденцію, що має суттєву соціальну і політичну опору в суспільстві; як цілісний проект майбутнього; як така, що обґрунтовує ідеологію й спрямовану на її реалізацію політику, що протистоять пануючому в країні або світі в цілому типу розвитку і соціально-політичному блоку, що здійснює гегемонію чи безпосереднє панування в межах даного розвитку. Альтернативний рух виступає закономірним, легітимним і потенційно системоутворюючим вектором макроісторичної ситуації, що виникла в світі наприкінці ХХ ст. Ситуації «обумовленої не глобалізацією як такою, а накладанням різних за своєю природою, але таких, що співпали у часі структурних криз, – системних, цивілізаційної і, можливо, «кризи виживання людства», а також викликаній цією ситуацією кризи альтернативності історичного розвитку». Альтернативний рух – такий, що ставить собі за мету утвердити іншу систему цінностей; інший, ніж сьогодні й для більшості учасників, ніж учора, світ і, головне, – інший його розвиток». Подібним чином розглядає рух й переважна більшість дослідників цього феномена, серед яких І. Валлерстайн, С. Амін, К. Агітон, О. Бузгалін, А. Демидов.

Незаперечним є факт, що неоліберальна ідеологія руйнує самотність традиційних суспільств, насаджує стандарти масової культури, витісняє соціальні і морально-етичні аспекти суспільного буття на периферію відтворення соціального організму, адже у ринковому суспільстві соціальна сфера є «слабкою ланкою». Тому рівень соціальної політики в умовах варіанта неоліберальної глобалізації, навіть у демократичних розвинених країнах, такий, що ледве дозволяє «утримуватись на плаву» незахищеним верствам населення. Такий стан є неприйнятним для прибічників альтерглобалістського руху, тому в соціокультурній сфері вони виступають проти поширення універсалізму й уніфікації, витіснення локальних культур і засилля вестернізації – американізації, а також проти патріархальних привілеїв, які ведуть до «фемінізації» бідності. У соціальній політиці рух виступає за збереження соціальних програм та проти різних видів дискримінації у трудових відносинах.

Адже ТНК, діючи у міжнародному масштабі, розміщують виробництво у країнах з низькими екологічними стандартами, рівнем оплати праці, використовуючи некваліфіковану робочу силу і вимагаючи від урядів цих країн значних пільг для себе або згортання соціальних програм та переходу до «мінімальної держави».

В економічній сфері альтерглобалізм виступає проти неоліберальних правил глобальної торгівлі, через які вся влада, капітал і багатство опинились у руках ТНК, проти використання ринку та грошей як єдиного мірила ефективності, проти зростання бідності й маргіналізації цілих народів і регіонів, проти приватизації олігархами природних ресурсів, проти соціальної несправедливості й маніпулювання трудящими. Учасники руху вимагають реконструкції світових економічних інститутів (МВФ, Світовий банк, СОТ), які асоціюються з економічною асиметрією і соціальною несправедливістю – їх демократизації та «прозорості». Зменшення розриву між багатими і бідними пропонується здійснити за допомогою низки заходів, таких, як податок Тобіна на фінансові спекуляції, списання боргів країнам третього світу, припинення використання ембарго й інших санкцій проти країн - «політичних опонентів».

ОЛЕНА КАРАСЬ

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Сьогодні принципи управління, цілі і способи досягнення цілей для приватних підприємств кардинально змінилися, тому в умовах ринку, керівництво все частіше змушене формувати службу маркетингу для прийняття грамотних і своєчасних управлінських рішень для підвищення ефективності бізнесу. Служби маркетингу часто займаються досить різноманітною діяльністю, що обумовлюється цілями і характером роботи. Як правило, це розробка тактики організації, пошук і формування оптимальної, товарної, цінової, збутової політики, а також стратегічне планування руху товару на ринку. Новизну та інтерес в термін бенчмаркінгу внесли бізнес-консультанти, яких багато підприємств, фірм та організацій запрошують для того, щоб вивчити, як зробити таким чином, щоб дохід організацій не відставав від доходів компаній конкурентів.

Класичне визначення маркетингу, що припускає відомі складові: Product, Price, Place, Promotion, далеко не вичерпно і зовсім не достатньо, так як не відображає взаємозв'язку процесів взаємодії всіх суб'єктів ринкової системи. Останнім часом з'явилися і стали вводитися в практику інші напрямки сучасного маркетингу (маркетинг взаємодії, стратегічна орієнтація маркетингу та ін.).

Одним з маркетингових інструментів, що дозволяють модифікувати існуючу систему якості, є бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це механізм порівняльного аналізу ефективності роботи однієї фірми з показниками інших,