

УДК 339.138

Євдоченко О. О., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародної торгівлі
Яковенко В. П., магістр з міжнародної економіки
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

МАКРОТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

АНОТАЦІЯ. Статтю присвячено актуальним питанням розвитку глобального маркетингового середовища, аналізу факторів впливу та визначенню основних макротенденцій. Увагу при дослідженні зацентровано на визначальних складових глобального середовища — політичній, економічній, соціальній та технологічній.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Глобальне маркетингове середовище, політичне середовище, економічне середовище, соціальне середовище, технологічний розвиток, тенденції розвитку глобального маркетингового середовища.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются актуальные вопросы развития глобальной маркетинговой среды, проводится анализ факторов влияния и определение основных макротенденций. Внимание сакцентировано на главных составляющих глобальной среды — политической, экономической, социальной и технологической.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Глобальная маркетинговая среда, политическая среда, экономическая среда, социальная среда, технологическое развитие, тенденции развития глобальной маркетинговой среды.

ANNOTATION. This article is devoted to the topical issues of the global marketing environment, analysis of factors of influence and determination of basic macrotendencies. The article focuses on the main components of the global environment — political, economic, social and technological.

KEY WORDS. The global marketing environment, political environment, economic environment, social environment, technological development, the development trend of global marketing environment.

Постановка проблеми. Зміни, які мають місце в глобальній економіці в останні роки, вносять суттєві корективи в умови функціонування міжнародних компаній. Значна турбулентність міжнародного маркетингового середовища, непрогнозованість роз-

витку більшості його факторів, посилення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках обумовлюють необхідність дослідження та обґрунтування макротенденцій розвитку середовища для подальшої розробки маркетингової стратегії компанії.

Аналіз останніх джерел чи публікацій. Дослідженню питання середовища розвитку міжнародного маркетингу та адаптації компаній до змін у глобальному турбулентному середовищі присвячено значну кількість робіт вітчизняних і зарубіжних фахівців: І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Полонскі, Дж. Деніелса, С. Холленсена, Т. Циганкової, В. Черенкова, В. Маркової та ряду інших. Статистичні звіти Міжнародного валютного фонду, Світового банку, Організації Об'єднаних Націй, ЮНКТАД, Світової організації торгівлі дають можливість прогнозувати основні макротенденції розвитку глобального маркетингового середовища, проте ці прогнози часто мають значну частку суб'єктивізму, оскільки в епоху турбулентності побудова прогнозів має достатньо відносний характер.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи сучасну геополітичну ситуацію, експерти Організації об'єднаних націй ще раз наголошують на тому, що відбувається формування нової багатополлярної моделі світового устрою, в межах якої поряд зі США з'являються нові центри сили, в тому числі КНР, ЄС, Індія, Бразилія, Росія тощо. Власні інтереси кожної з цих країн не співпадають у політичній, економічній, безпековій та інших сферах, що призводить до протистояння між ними і на глобальному, і на регіональному рівнях, і, як наслідок, — до посилення світової нестабільності, розв'язання війн чи збройних конфліктів. При цьому спостерігається і зниження ефективності діяльності провідних міжнародних організацій, в тому числі ООН та ОБСЄ, про що свідчать військові конфлікти в Афганістані, Іраку, Лівії та Грузії, а також розвиток подій довкола Сирії та Ірану [1].

Незважаючи на значний ступінь турбулентності середовища, глобальна економіка поступово стабілізує темпи розвитку. Так, світовий ВВП повільно, але впевнено зростає. За прогнозами МФВ, темпи його зростання сягнуть 3,1 % і 3,3 % в 2014 і 2015 роках відповідно (рис 1) [2].

Перед глобальною фінансовою кризою такі країни, як Бразилія, Індія і Китай тривалий період підтримували достатньо швидкі темпи зростання. Проте після кризи вони помітно сповільнилися. Так, в Китаї в 2012 році зростання експорту продов-

жувало сповільнюватися зважаючи на слабкий попит в провідних розвинених країнах. Тим часом, зростання інвестицій, які в попередні десятиліття забезпечували до 50 % зростання ВВП, скоротилися [3]. За оцінками експертів, темпи зростання ВВП країн, що розвиваються і надалі значно випереджатимуть темпи зростання ВВП розвинутих країн, що зумовлено високим рівнем безробіття, слабкістю споживчої та ділової сфери в останніх (рис. 2) [2].

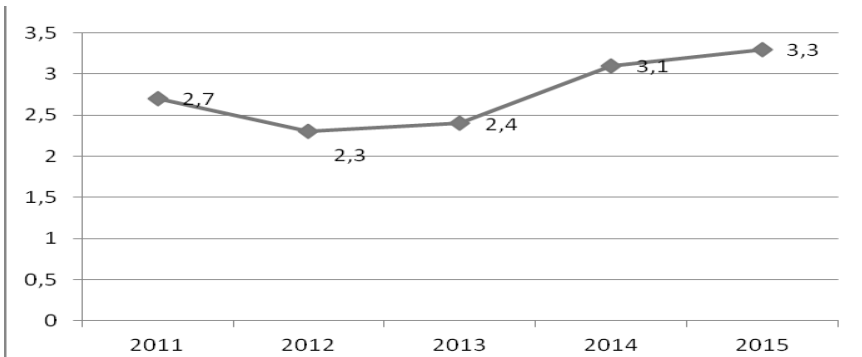


Рис. 1. Динаміка світового ВВП у 2011—2015 рр., %
(2013—2015 рр. — прогноз)

Джерело: складено на основі даних звіту МВФ [2]

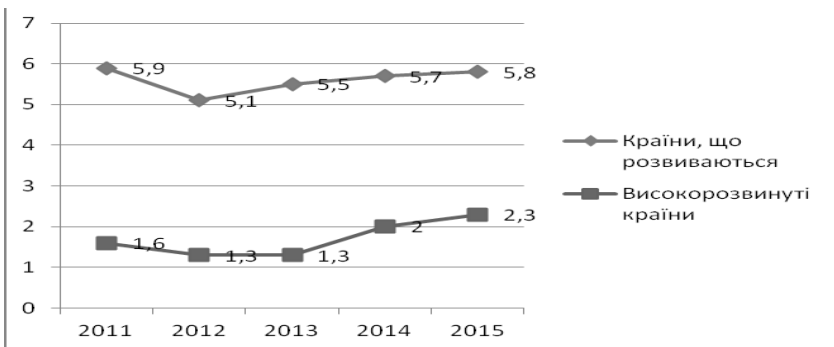


Рис. 2. Динаміка ВВП країн світу у 2011—2015 рр., %
(2013—2015 рр. — прогноз)

Джерело: складено на основі даних звіту МВФ [2]

На сьогодні 20 найбільш розвинених економік світу створюють майже 74 % ВВП (в порівнянні з попередніми роками втратили близько 9 % світового ВВП) (рис. 3), при цьому борг цих країн складає майже 92 % світового боргу. Борг лише однієї країни — США — складає 27,6 % від загального державного боргу найбільш розвинених економік світу [4].

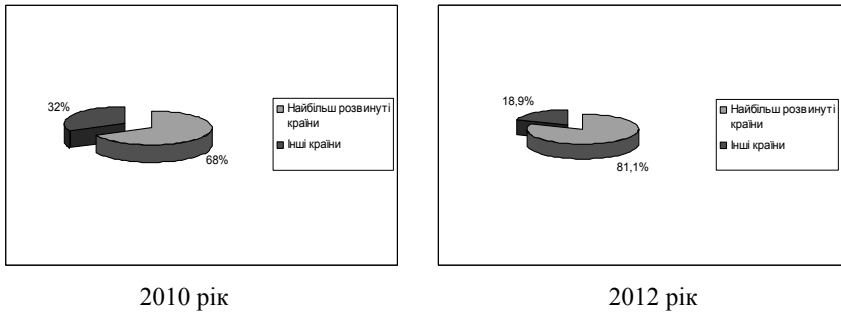


Рис. 3. Структура світового ВВП, %

Джерело: складено на основі даних ресурсу [5]

Рівень безробіття у світі залишається дуже високим, особливо серед розвинених країн (Японія — 5 %, США — 8 %, на початку 2013 року — 5 %), а ситуація в Європі є найбільш складною. У 2012 році рівень безробіття в зоні євро продовжував зростати, досягнувши рекордно високого рівня, майже 12 %, що на 1 % більше ніж у попередньому році. Становище ще гірше в Греції та Іспанії, де більше 25 % працездатного населення не мають роботи. Лише в декількох країнах регіону, таких як Австрія, Німеччина, Люксембург та Нідерланди рівень безробіття — приблизно 5 %. Загальний рівень безробіття у Центральній та Східній Європі дещо зріс в 2012 році, що частково пов'язано з запровадженнями заходів жорсткої економії бюджетних коштів (рис. 4).

Рейтинг глобальної конкурентоспроможності вже кілька років поспіль очолює Швейцарія, друге і третє місця займають Сінгапур і Фінляндія відповідно (рис. 5) [6, 7].

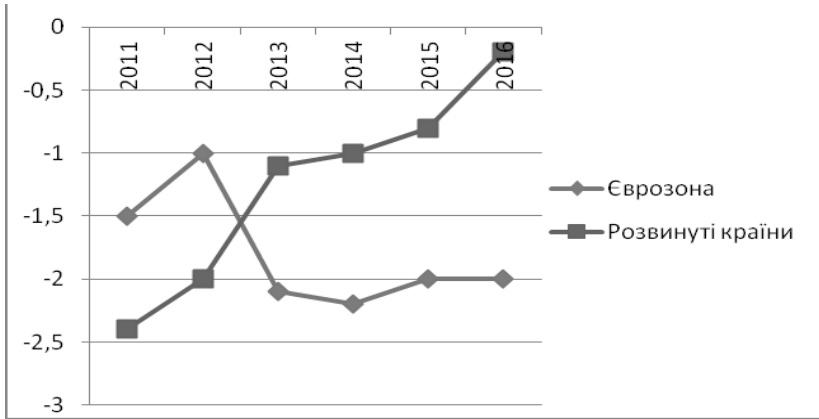


Рис.4. Динаміка рівня безробіття у 2011—2016 рр., %
(2013—2016 рр. — прогноз)

Джерело: складено на основі даних звіту МВФ [2]

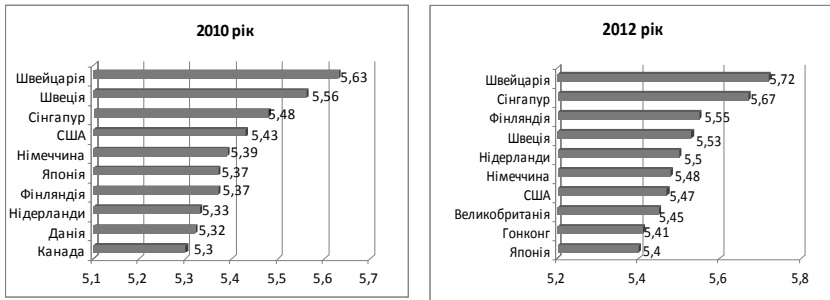


Рис. 5. Рейтинг країн за індексом
Глобальної конкурентоспроможності 2010, 2012 рр.

Джерело: складено на основі даних [6, 7]

За рейтингом залученості країн в міжнародну торгівлю лідируючі позиції займають Сінгапур, Гонконг, Данія та Швеція. Цього року значні досягнення у розвитку міжнародної торгівлі також продемонстрували економіки країн Південно-Східної Азії, зокрема країни Асоціації держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), в той час як позиції Китаю та Індії дещо знизилися порівняно з 2010 роком. Станом на кінець 2012 року, провідними краї-

нами світу у міжнародній торгівлі товарами та послугами залишались США, Китай, Німеччина, Японія, Франція, Великобританія та Нідерланди.

Експерти СОТ знизили прогностичні темпи зростання світової торгівлі у 2013 році — з 4,5 % до 3,3 %. 2013 рік може виявитися гіршим, ніж очікувалося раніше, головним чином через ризики, пов'язані з еурозоною, які можуть призвести до спроб подальшого обмеження міжнародної торгівлі. За попередньою оцінкою організації, у 2014 р. цей показник складе 5,0 % [8].

Аналізуючи соціальну складову глобального маркетингового середовища, доцільно зупинитись на демографічному розподілі населення. Найбільшу частину населення світу становить населення країн Азії — 4,250 млрд. осіб (60,3 %), порівняно з 2010 роком, цей показник зріс майже на 10 %. Далі йдуть країни Африки — 1,070 млрд. осіб (15,1 %), Європи — 740 млн. осіб (10,5 %), Латинської Америки — 8,6 %, Північної Америки — 5 % та Океанії — 0,5 % [9, 10].

Протягом останніх років значно активізувались процеси міграції в багатьох країнах світу (рис. 6).

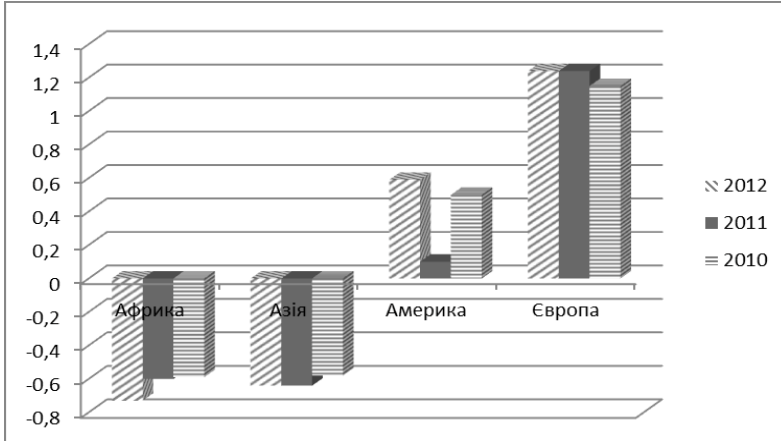


Рис.6. Динаміка міграції населення за регіонами світу у 2010—2012 рр. [11]

Більшість населення іммігрує з Африки та Азії в Європу та Америку, що зумовлено політико-економічною ситуацією в регіонах. В зв'язку з активними процесами міграції поступово змі-

нюється расова структура населення, етнічні споживчі вподобання, традиційні культурні цінності та релігійна приналежність.

На сучасному етапі, найрозповсюдженішими світовими релігіями є християнство — 34,1 % населення та мусульманство — 20,4 %, а також, значна кількість атеїстів — 19,1 % [12]. Проте через міграційні процеси в світі постійно змінюється релігійний склад населення країн. Так, в Європі поступово збільшується кількість етнічних мусульман (в мусульманських сім'ях традиційно висока народжуваність), та зменшується частка християн; натомість триває процес ісламізації країн Африки та Південно-Східної Азії. З активізацією процесів міграції в останній час збільшується і кількість етнічних конфліктів, конфліктів на релігійному ґрунті, відбувається космополітизація культур, формуються нові етноси, тим самим підсилюючи локальні парадигми глобального маркетингу.

Для аналізу сучасного стану міжнародного соціального середовища використовують Індекс людського розвитку (ІЛР), який характеризує як соціальну, так і демографічну ситуацію в країнах, включаючи бідність населення, гендерну нерівність, освіту, рівень захворюваності та рівень злочинності (таблиця 1).

Таблиця 1

**ІЛР ТА ЙОГО КОМПОНЕНТИ ЗА РЕГІОНАМИ
ТА ГРУПАМИ КРАЇН, 2012 р. [13]**

№ п/п	Регіони та групи країн за ІЛР	ІЛР	Очікувана тривалість життя при народженні (роки)	Середня тривалість навчання у школі (роки)	Очікувана тривалість навчання у школі (роки)	ВНД на душу населення
1	Арабські країни	0,652	71,0	6,0	10,6	8 317
2	Африка на південь від Сахари	0,475	54,9	4,7	9,3	2 010
3	Східна Азія та Тихоокеанський регіон	0,683	72,7	7,2	11,8	6 874
4	Європа та Центральна Азія	0,771	71,5	10,4	13,7	12 243
5	Латинська Америка та Карибський басейн	0,741	74,7	7,8	13,7	10 300
6	Південна Азія	0,558	66,2	4,7	10,2	3 343

Країни Африки на південь від Сахари мали найнижчий ІЛР — 0,475, за якими слідувала Південна Азія — 0,558. Серед країн, що розвиваються, найвищий ІЛР (0,771) був у країнах Східної Європи та Центральної Азії, за якими слідувала Латинська Америка і країни Карибського басейну (0,741) [13].

Одним з визначальних факторів сучасного глобального середовища є також технології. Сьогодні більше, ніж 21 % населення світу є користувачами Інтернету, основна аудиторія якого припадає на країни Північної Америки, Австралії та Європи (рис. 7) [14].

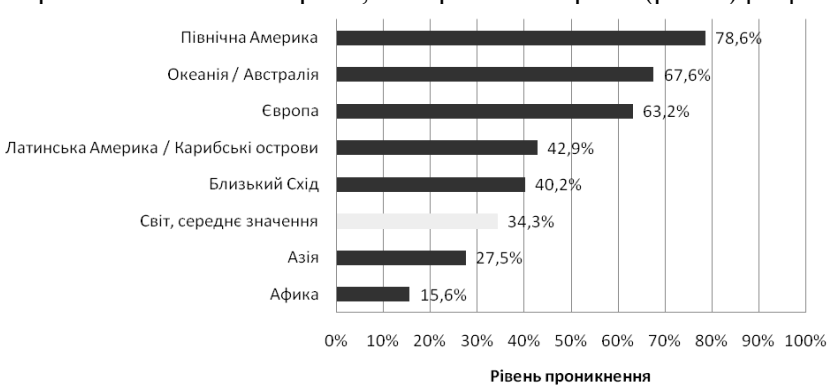


Рис. 7. Регіональна структура Інтернет-проникнення, 2012 рік (% користувачів в регіоні) [14]

Розвиток Інтернету відкрив значні можливості компаніям (Amazon.com, Ebay.com, Google та інші) у віртуальному просторі. Корпорації вже давно зробили ставку на персоналізацію та збір інформації про уподобання користувача. Крім того, мережа Інтернет відкрила доступ до ринків тих країн, вихід на які за допомогою класичних технологій маркетингу був майже неможливим.

Серед основних тенденцій розвитку технологічної складової глобального маркетингового середовища важливими є:

- зростання впливу соціальних мереж. Дослідження, проведене компанією VerticalResponce, Inc., показало, що в 2013 р. 68 % представників малого бізнесу планують збільшити свої видатки на маркетинг у соціальних мережах для побудови ефективного діалогу зі споживачем. Згідно з даними досліджень Entensys, 20 % офісного трафіку компаній США використовується на соціальні мережі (Вконтакті, Однокласники, Facebook, Twitter) [15].

- важливість онлайн-репутації. Все більше користувачів приймають рішення про купівлю товару чи послуги на основі інформації, отриманої в мережі (починаючи від опису товару й закінчуючи відгуками інших користувачів).

- нові можливості для ведення бізнесу. Інтернет дозволяє працювати у віртуальних офісах, використовуючи численні онлайн-інструменти (віртуальні конференції, лекції, вебінари, консультації) командної роботи над проектами, зберігання та обміну інформацією, комунікацій.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасні умови турбулентності глобального маркетингового середовища вимагають від міжнародних компаній постійного моніторингу зовнішнього середовища. Прогнозування основних макротенденцій його розвитку, як то політичних, економічних, соціально-культурних та технологічних — та врахування їх при розробці міжнародних маркетингових стратегій забезпечить компанії можливість адаптуватися до швидкозмінних і часто не прогнозованих факторів глобального середовища.

Головними загрозами політичного розвитку в найближчі роки залишаться тероризм і конфлікти. Більшість фахівців схильні вважати, що ідеологічні конфлікти, схожі на холодну війну, навряд чи укореняться у світі, в якому більшість держав будуть стурбовані утилітарними проблемами глобалізації та переміщенням впливу із Заходу на Схід. Найпотужнішу ідеологію фахівці вбачають в мусульманському світі — особливо в арабському ядрі [16]. Можуть повернутися так звані ресурсні конфлікти, оскільки відчувши брак енергоресурсів, деякі країни будуть змушені вжити заходів, щоб в майбутньому забезпечити себе ними.

В економічній сфері в найближчі роки актуальним питанням залишатиметься питання стабільного розвитку країн — як країн-лідерів, так і країн, що розвиваються. Ймовірність дефолту в США, питання фінансової стабільності Євросоюзу (згідно з прогнозами ООН, зона євро може втратити в сукупності додаткові 3 % виробництва за період з 2013 по 2015 року, а світова економіка в цілому — більше 1 % [1]), темпи розвитку країн, що розвиваються (зберігається значний ризик щодо зниження темпів економічного зростання: якщо економічне зростання в Китаї сповільниться до показника в 5 % на рік, то країни, що розвиваються в цілому можуть втратити приблизно 3 % обсягу виробництва в 2013—2015 роки, а світова економіка — близько 1,5 % [14]) —

залишатимуться визначальними при проведенні моніторингу економічного середовища.

Демографічні зміни, міграційні процеси визначатимуть і зміну культурно-релігійних цінностей та споживчих переваг регіонів та окремих країн, тим самим підсилюючи етнічні конфлікти. Також до 2020 року очікується значне збільшення інтернет-аудиторії, суттєве поглиблення технологічних процесів та покращення доступу до інформації, що якісно впливатиме на маркетингові технології та позначатиметься на міжнародних маркетингових стратегіях компаній.

Література

1. Перспективы глобального экономического роста и устойчивого развития [Електронний ресурс] / Мировое экономическое положение и перспективы в 2013 году // Организация Объединённых Наций (ООН) — Режим доступу:

http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2013wesp_es_ru.pdf

2. World Economic Outlook 2013 [Електронний ресурс] / World economic outlook : a survey by the staff of the International Monetary Fund // Washington, DC : International Monetary Fund — Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/pdf/text.pdf>

3. The world at a Glance [Електронний ресурс] / Statistics of the World Bank // The World Bank — Режим доступу: data.worldbank.org

4. Public Debt to GDP Ratio [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.usdebtclock.org/world-debt-clock.html>

5. International Trade Statistics 2012 [Електронний ресурс] / World Trade Organization — Режим доступу: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2012_e/its12_toc_e.htm

6. The Global Competitiveness Report 2012 [Електронний ресурс] // World Economic Forum. — Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2011-2012/>

7. The Global Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс] // World Economic Forum. — Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2010-2011/>

8. СOT знизила прогноз щодо зростання світової торгівлі у 2013 році [Електронний ресурс] / Економіка // РБК Україна — Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/prognoz-po-rostu-mirovoy-torgovli-v-2013-ponizhen-do-3-3--10042013155800>

9. Global population statistics [Електронний ресурс] / Overview of the world's nations and their population // Geohive — Режим доступу: <http://www.geohive.com/earth/world1.aspx>

10. Численность населения стран мира [Електронний ресурс] / World GEO — Режим доступу: <http://worldgeo.ru/lists/?id=3&page=7>

11. Tag Archives: net migration rate [Електронний ресурс] / The Pavellas Perspective // History, Government & Politics — Режим доступу: <http://pavellas.com/tag/net-migration-rate/>

12. А. Пляскових. Влияние христианства на экономическое развитие стран [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.nideya.narod.ru/razdel4.htm#_Toc57015425

13. Доклад о человеческом развитии 2013 [Електронний ресурс] / Опубликовано для программы развития ООН (ПРООН) // Human Development Reports — Режим доступу: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2013_RU.pdf.

14. World Internet Users and Population Stats [Електронний ресурс] / Internet World Stats // Usage and Population Statistics — Режим доступу: www.internetworldstats.com/stats.htm

15. Chief Marketing Tehnologist Blog by Scott Brinker [Електронний ресурс] / Salesforce and ExactTarget: a good combo, but not the end game of marketing technology — Режим доступу: <http://chiefmartec.com/>

16. Мир после кризиса [Електронний ресурс] / Глобальные тенденции — 2025: меняющийся мир // Доклад Национального разведывательного совета США — Режим доступу: <http://lib.rus.ec/b/188098/read>

Статтю подано до редакції 01.06.13 р.

УДК:339.924:336

Вергуненко Н. В.,
*аспірантка кафедри міжнародної економіки
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»*

ГЕНЕЗИС ТА ЕВОЛЮЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто основні передумови виникнення світового консультування. На основі виділених автором критеріїв, розкрито еволюцію розвитку світового ринку консалтингових послуг та проведено його етапізацію. Особлива увага приділена аналізу тенденцій кожного етапу розвитку консалтингу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА. Управлінське консультування, етапізація, менеджмент-консалтинг, глобалізація, інститут консультування, історія консалтингу, інтернаціоналізація.