

Пономаренко Р. О.

(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, магістрант)

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Сучасному етапу розвитку світової економіки властиві значні якісні перетворення, завдяки яким світове господарство набуває нових характеристик. Стрімкий розвиток світової економіки пов'язаний з активізацією процесів інтеграції та глобалізації, поглибленням інтернаціоналізації та міжнародного поділу праці, удосконаленням технологій, оперативним та безмежним розповсюдженням інформаційних потоків.

Експерти Ernst & Young визначили наступні основні рушійні фактори змін сучасного середовища розвитку міжнародного маркетингу: демографічні, зміна глобального розкладу сил та революційні інновації [3].

Задля визначення основних тенденцій розвитку середовища міжнародного маркетингу використаємо деталізований аналіз політичних, економічних, соціальних та технологічних детермінантів розвитку глобального бізнес-середовища.

Так, ключовим чинником розвитку сучасного політичного середовища міжнародного маркетингу є активізація геополітичних війн. У зв'язку з посиленням боротьби провідних країн світу за глобальне лідерство бізнесу необхідно якнайповніше використовувати інструменти регіональної адаптації та враховувати особливості розвитку східних культур.

Посилення зв'язків уряду з приватним сектором та активізація використання ІТ, як одного з провідних інструментів державного управління, стали причиною посилення конкуренції та значного ускладнення функціонування малих та середніх підприємств в умовах державної підтримки великих корпорацій.

Низка негативних політичних явищ, особливо падіння довіри населення до влади у зв'язку з неспроможністю урядів протистояти наслідкам глобальної фінансово-економічної кризи та посиленням розриву між «центром» та «периферією», посилили ризики появи локальних та регіональних конфліктів.

Тим не менш, у зв'язку з посиленням позицій ринків країн, що розвиваються, на світовій арені, зростанням купівельної спроможності населення і тим самим формуванням потужного глобального середнього класу, спостерігається значне посилення конку-

ренції в регіонах, де зберігаються високі темпи економічного зростання (Східна Азія та Латинська Америка) та зростання вибагливості їх населення [2].

Регіони потужного економічного зростання зберігають свої позиції центрів тяжіння і в соціальній сфері. Так, значні демографічні зрушення стали причиною перерозподілу як структури споживачів, так і ринку робочої сили. Тому компаніям доречно буде враховувати особливості розвитку, потреби та вподобання споживачів азійського регіону та «вестернізованих» смаків реемігрантів, що все частіше повертаються з країн ОЕСР.

За прогнозами американської асоціації пенсіонерів (AARP), потужний пласт споживачів в найближчому майбутньому становитимуть працюючі пенсіонери та жінки, зайнятість яких з кожним роком все більше й більше зростає. Так, середній вік споживача в 2030 році становитиме 50 років. Саме тому компанії, що працюють на міжнародних ринках, мають враховувати особливості даного сегменту.

У зв'язку з посиленням розвитку ІТ та особливо соціальних мереж сам користувач мережі Інтернет намагається бути причасним до формування якостей та цінностей товару, що він споживає, намагається передати свій досвід, тому суб'єктам міжнародного маркетингу необхідно приділити велику увагу активізації комунікації зі споживачами шляхом їх залучення в процес розробки майбутніх товарів та удосконалення вже існуючих [1, С. 19—24].

Розповсюдження інтелектуального мобільного зв'язку, соціалізація населення ставлять перед суб'єктами глобального бізнес середовища, здавалося б, нездійсненні завдання. Так, споживач кожного дня очікує від виробників все нових і нових технологічних новинок, в свою чергу виробник намагається максимізувати задоволення потреб споживачів при мінімізації затрат в умовах перенасичення інформацією та практично неконтрольованості інформаційних потоків. Тим не менш, компаніям необхідно використовувати й переваги даних процесів, так, у зв'язку з соціалізацією власних працівників та споживачів їм необхідно налагодити систему онлайн-реагування та контролю за змінами умов зовнішнього бізнес-середовища.

Нова віха промислової революції також принесе свої плоди: продовження роботизації, поява нових матеріалів, дослідження в сфері генно-модифікованих культур та космічних технологій дадуть можливість зайняти нові, не освоєні ніші на світових ринках.

Як будь-яке явище, технологічний прорив, інформаційна свобода разом з позитивом створює низку нових загроз, основною з яких в сучасних умовах є кібервійни. Тим, не менш бізнес може використати можливості і в даній сфері — ніша забезпечення інформаційної безпеки і досі є неосвоєною.

Таким чином, в умовах постійного пришвидшення змін середовища розвитку міжнародного маркетингу, геополітичних, гео-економічних зрушень, науково-технічної революції, особливо в сфері ІТ, основним завданням для будь-якої компанії є постійний та всеохоплюючий моніторинг бізнес-середовища, який дозволить їй виокремити найбільш дієвий інструментарій реагування на такі зміни, та, звісно максимізувати її прибуток.

Література

1. Global Trends 2015: A Dialogue About the Future / CIA Director of Central Intelligence — Cosimo, Inc., 2005. — 158 p.

2. Global Economic Prospects January 2013: Assuring growth over the medium term // The World Bank. 2013. Global Economic Prospects. — 2013. — No. 6, January 2013. — p. 2—4, 13—17.

3. Six global trends shaping the business world [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ey.com/GL/en/Issues/Business-environment/Six-global-trends-shaping-the-business-world>.

Пушкін В. В.

(юридичний факультет, II курс)

СПІВВІДНОШЕННЯ «СУБРОГАЦІЇ» ТА «РЕГРЕСУ»: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Співвідношення таких правових інститутів як суброгація та регрес є доволі цікавим об'єктом для наукового дослідження, адже дана тема є досить дискусійною вже багато років. Зокрема, свою увагу даному питанню приділяли такі науковці як І.Б. Новицький, В.Т. Смирнов, Е. Гендзехадзе, Т. Март'янова та інші. Слід зауважити, що неоднорідність інтерпретації судами «суброгації» та «регресу», що виражається у застосуванні різних норм до однакових відносин, обумовлює необхідність приділити увагу аналізу названих цивільно-правових категорій. Перш за все, на